



แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)



สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค)

เมษายน ๒๕๖๒



สารบัญ

รายการ	หน้า
♦ บทนำ	ก
♦ แผนผังแสดงความสอดคล้องระหว่างแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) กับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)	ข
♦ แผนผังแสดงรายละเอียดของแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)	ค
♦ แผนผังสรุปตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)	ง
♦ แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)	๑
♦ คำอธิบายวิสัยทัศน์	๔
♦ คำอธิบายตัวชี้วัด ยุทธศาสตร์ที่ ๑	๕
♦ คำอธิบายตัวชี้วัด ยุทธศาสตร์ที่ ๒	๘
♦ คำอธิบายตัวชี้วัด ยุทธศาสตร์ที่ ๓	๑๓
♦ คำอธิบายตัวชี้วัด ยุทธศาสตร์ที่ ๔	๑๗
♦ ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)	๒๒
♦ การติดตามและประเมินผล	๒๓

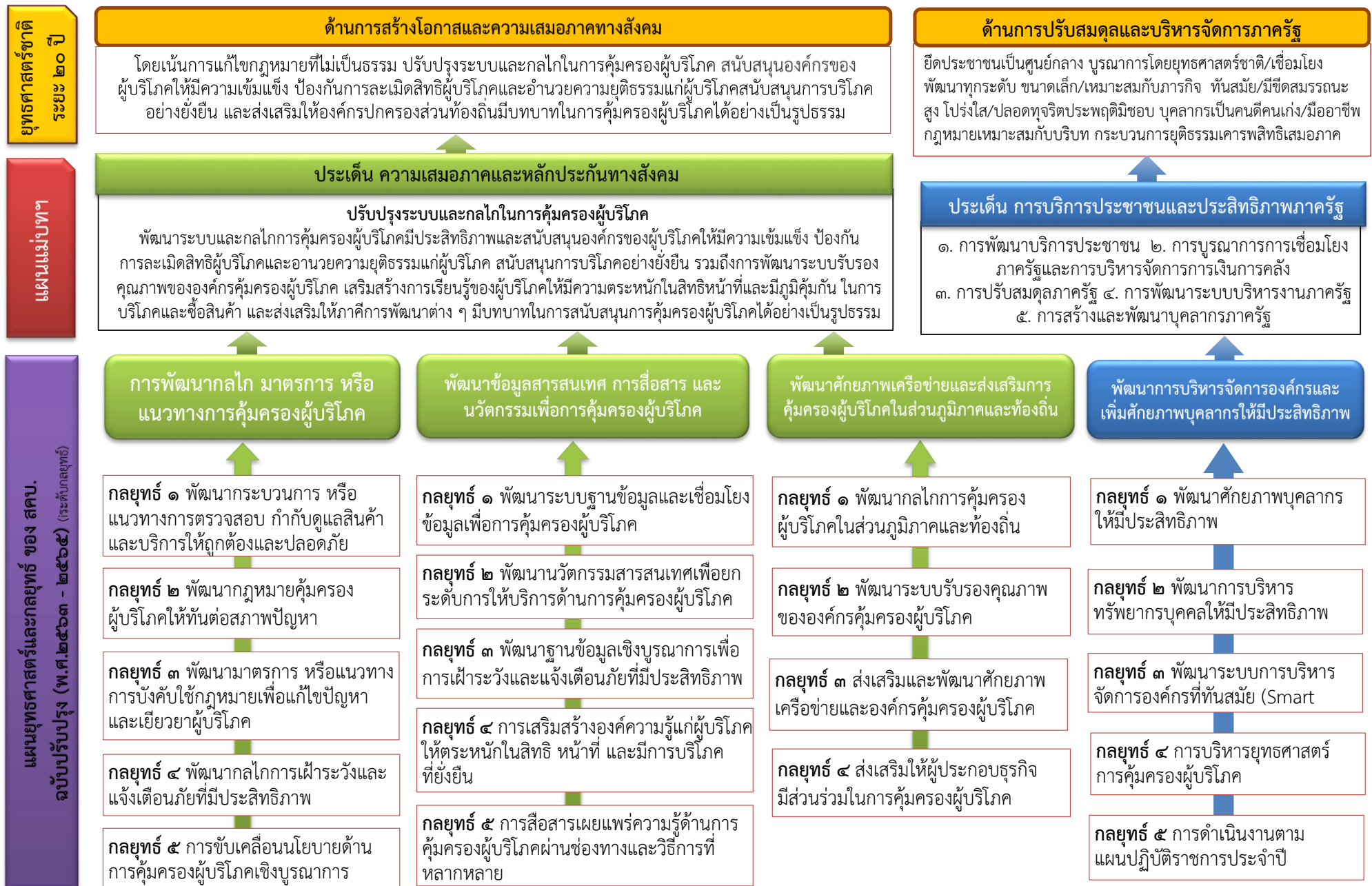
บทนำ

ตามที่รัฐบาลได้มีการประกาศใช้ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) เมื่อวันที่ ๑๓ ตุลาคม ๒๕๖๑ เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนระดับต่างๆ ที่สอดคล้องและบูรณาการกันให้เกิดเป็นพลังผลักดันไปมุ่งสู่สังคมที่อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยความเสมอภาค เป็นธรรมและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ๖ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ด้านการสร้างโอกาสเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ที่ ๖ ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาาระบบบริหารจัดการภาครัฐ

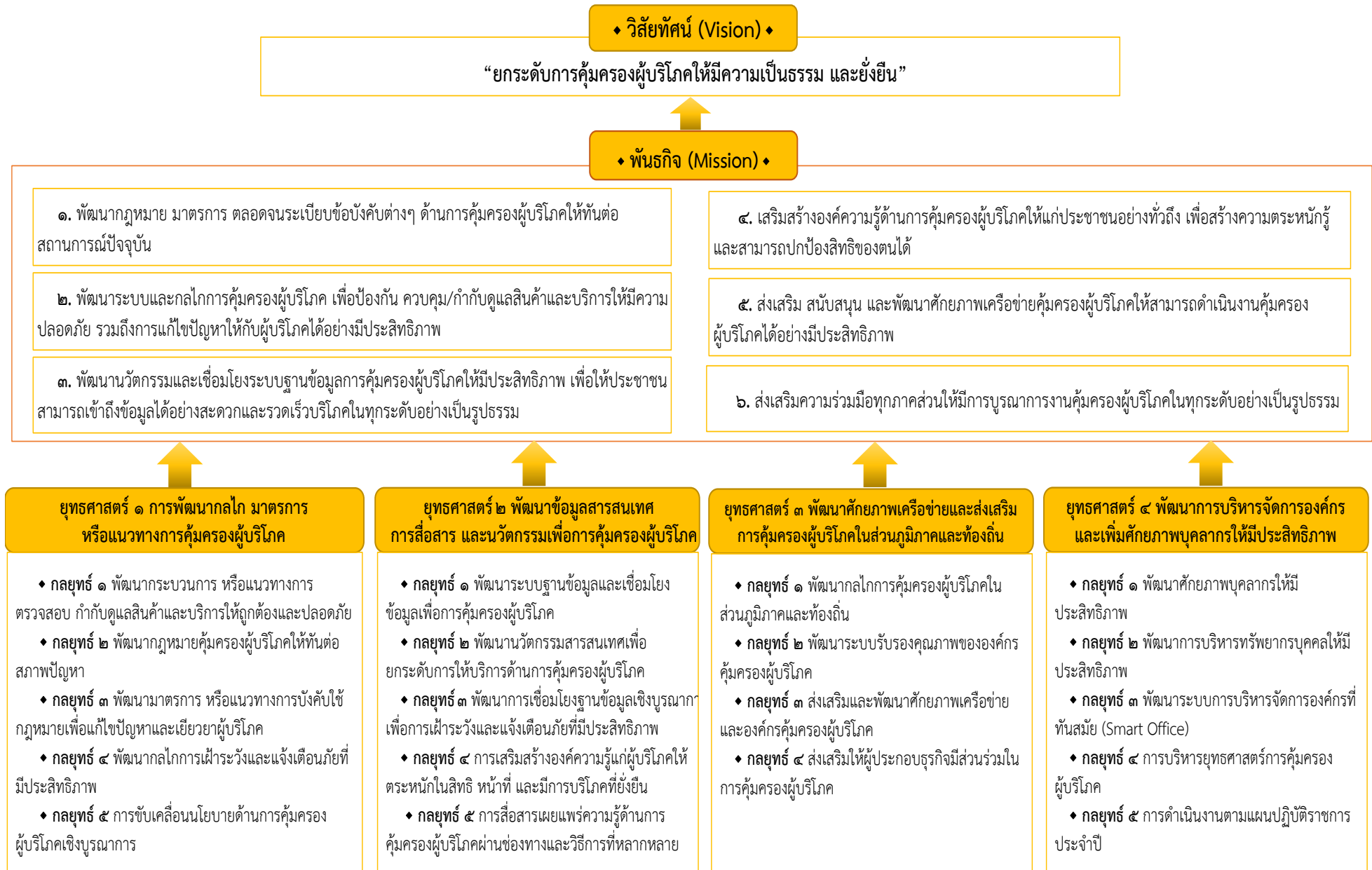
ปัจจุบันสังคมได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมือง ค่านิยม ตลอดจนกระแสสังคมต่างๆ ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ และมีความสำคัญมากต่อการวางแผนการดำเนินงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแผนระยะสั้น ระยะกลาง หรือระยะยาว ของหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนเองก็ตาม ควรต้องมีการวิเคราะห์ ปรับปรุง ทบทวนแผนการดำเนินงานต่างๆ ให้ทันต่อสถานการณ์โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปทุกขณะ เพื่อให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน สอดคล้องกับเป้าหมายและวิสัยทัศน์ขององค์กร ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ แผนปฏิรูปประเทศทั้ง ๑๑ ด้าน และนโยบายของรัฐบาล

ทั้งนี้ สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ภายใต้วิสัยทัศน์ **“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”** โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จะพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภค โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางด้วยการบริหารจัดการองค์กรให้มีความทันสมัย พร้อมบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานภาครัฐด้วยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระบบต่าง ๆ และพัฒนานวัตกรรมบริการมาใช้ในทุกกระบวนการ เพื่อยกระดับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สู่ความทันสมัยเทียบเท่าระดับสากลในทุกมิติ ควบคู่กับการเร่งศึกษา พัฒนา ทบทวน และปรับปรุงกฎหมาย รวมถึงมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ ให้ทันต่อกระแสการบริโภคนิยมของโลก และรองรับการพิพาทและการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความโปร่งใสและเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ รวมทั้งให้ได้รับความยุติธรรมและความรวดเร็วจากกระบวนการชดเชยเยียวยาความเสียหายด้วย พร้อมกับสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดการตระหนักรู้ในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันสร้างสังคมการบริโภคที่ยั่งยืนตามหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

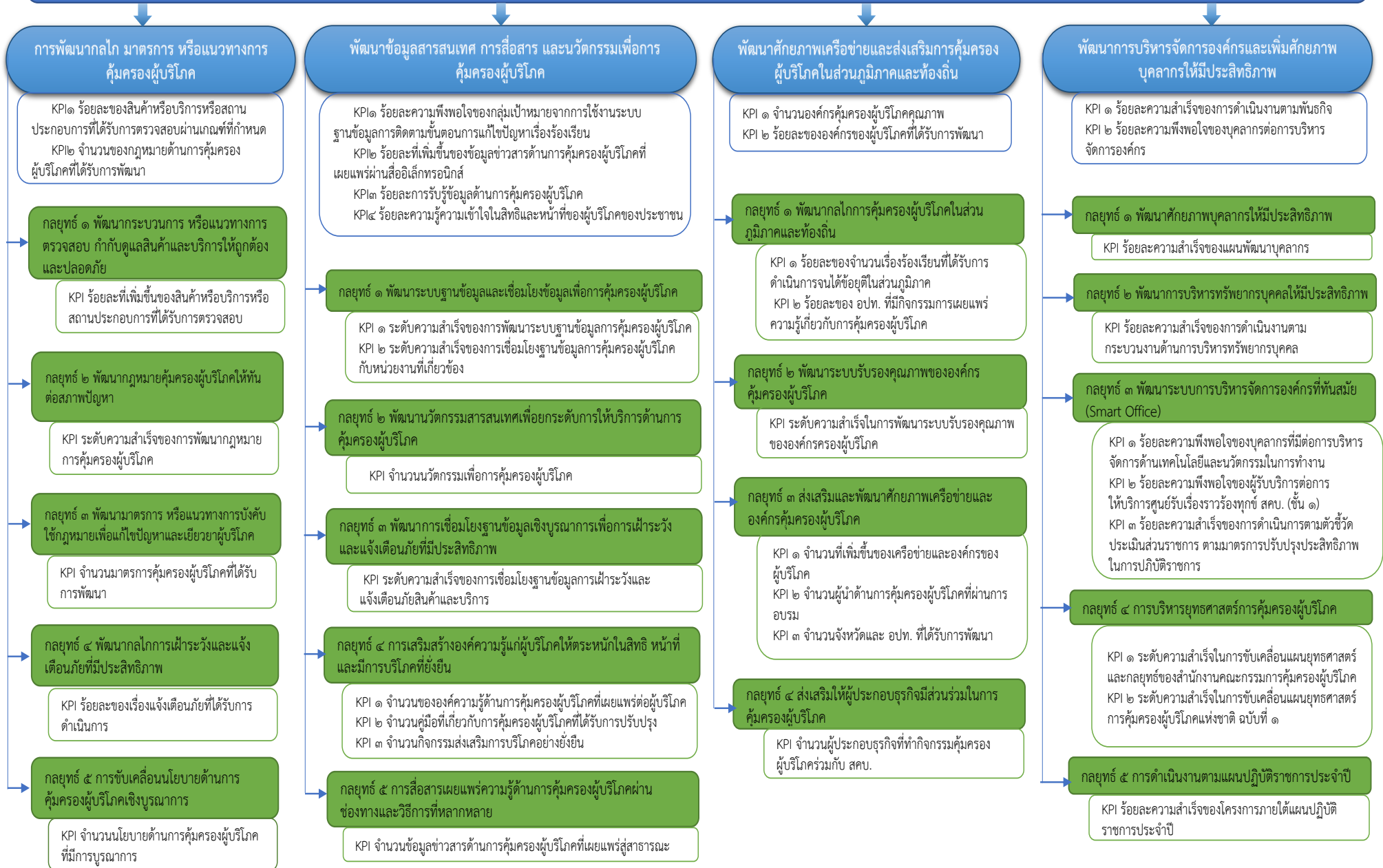
แผนผังแสดงความสอดคล้องระหว่างแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)
กับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)



แผนผังแสดงรายละเอียดของแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ.๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)



แผนผังสรุปตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)



แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ.๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)

▪ วิสัยทัศน์ (Vision)

“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”

▪ พันธกิจ (Mission)

๑. พัฒนากฎหมาย มาตรการ ตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่างๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
๒. พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกัน ควบคุม/กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๓. พัฒนานวัตกรรมและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว
๔. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และสามารถปกป้องสิทธิของตนได้
๕. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๖. ส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วนให้มีการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม

▪ ยุทธศาสตร์ (Strategy)

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากฎ มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

ตัวชี้วัด ๒ จำนวนของกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา

กลยุทธ์ ๑ พัฒนาระบบการ หรือแนวทางการตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้องและปลอดภัย

ตัวชี้วัด ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ

กลยุทธ์ ๒ พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสภาพปัญหา

ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ ๓ พัฒนามาตรการ หรือแนวทางการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค

ตัวชี้วัด จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา

กลยุทธ์ ๔ พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ

กลยุทธ์ ๕ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ

ตัวชี้วัด จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตาม
ขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน

ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ตัวชี้วัด ๓ ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน

ตัวชี้วัด ๔ ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค

กลยุทธ์ ๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๑ ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๒ ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ ๒ พัฒนานวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ ๓ พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้า

และบริการ

กลยุทธ์ ๔ การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน

ตัวชี้วัด ๑ จำนวนขององค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ต่อผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๒ จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุง

ตัวชี้วัด ๓ จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ ๕ การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

ตัวชี้วัด จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

ตัวชี้วัด ๑ จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ

ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา

กลยุทธ์ ๑ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติในส่วนภูมิภาค

ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ ๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๑ จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๒ จำนวนผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านการอบรม

ตัวชี้วัด ๓ จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา

กลยุทธ์ ๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ

ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร

กลยุทธ์ ๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของแผนพัฒนาบุคลากร

กลยุทธ์ ๒ พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามกระบวนการงานด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

กลยุทธ์ ๓ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)

ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและ

นวัตกรรมในการทำงาน

ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑)

ตัวชี้วัด ๓ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการ

ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ

กลยุทธ์ ๔ การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๑ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงาน-

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๒ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ

ฉบับที่ ๑

กลยุทธ์ ๕ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี

ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี

รายละเอียดคำอธิบายตัวชี้วัด

แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)

▪ วิสัยทัศน์ (Vision)

“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”

คำอธิบาย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จะพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภค โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางด้วยการบริหารจัดการองค์กรให้มีความทันสมัย พร้อมบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานภาครัฐด้วยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระบบต่าง ๆ และพัฒนานวัตกรรมบริการมาใช้ในทุกกระบวนการ เพื่อยกระดับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สู่ความทันสมัยเทียบเท่าระดับสากลในทุกมิติ ควบคู่กับการเร่งศึกษา พัฒนา ทบทวน และปรับปรุงกฎหมาย รวมถึงมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ ให้ทันต่อกระแสการบริโภคนิยมของโลก และรองรับการพิพาทและการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความโปร่งใส และเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ รวมทั้งได้รับความยุติธรรม และความรวดเร็วจากกระบวนการชดเชยเยียวยาความเสียหายด้วย พร้อมกับสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดการตระหนักรู้ในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันสร้างสังคมการบริโภคที่ยั่งยืนตามหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

▪ ยุทธศาสตร์ ๑ การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด	๖๐	๗๐	๘๐	กคณ./ กคส./ กคฆ. / กคต. /สปจ.
คำอธิบาย: ๑. สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด หมายความว่า สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่เป็นไปตามมาตรฐาน กฎหมาย หรือข้อบังคับเพื่อให้เกิดความเป็นธรรม และปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการตามสภาพและลักษณะการใช้งาน ทั้งนี้ รวมถึงการทำสัญญา และการโฆษณาสินค้าหรือบริการต่างๆ ๒. ประเด็นการตรวจสอบ ประกอบด้วย - การตรวจสอบการโฆษณา - การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่น ๆ ทั่วไป - การตรวจสอบสัญญา - การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สูตรการคำนวณ: $\frac{\text{จำนวนของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด}}{\text{จำนวนของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบทั้งหมด}} \times ๑๐๐$				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๒ จำนวนของกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา	๕ ฉบับ	๕ ฉบับ	๕ ฉบับ	กกค.
คำอธิบาย: กฎหมายที่สำคัญ และเป็นไปตามแผนพัฒนากฎหมายของ สคบ.				

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบการ หรือแนวทางการตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้องและปลอดภัย

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๑ก๑) ตัวชี้วัด ๑.๑.๑ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ	๑๐	๑๐	๑๐	กคณ./ กคส./ กคฆ. / กคต./สปจ.
คำอธิบาย: สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการ ได้แก่ - การตรวจสอบการโฆษณา - การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่น ๆ ทั่วไป - การตรวจสอบสัญญา - การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง				

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสภาพปัญหา

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ										
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕											
(ย๑ก๒) ตัวชี้วัด ๑.๒.๑ ระดับความสำเร็จของการพัฒนากฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภค	๕	๕	๕	กกค.										
คำอธิบาย: <table border="1"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th><th>ระดับ ๒</th><th>ระดับ ๓</th><th>ระดับ ๔</th><th>ระดับ ๕</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>มีการประชุมเพื่อพิจารณา กำหนดกฎหมาย ที่จะ ทบทวน แก้ไขปรับปรุง ยกเลิก รวมถึงจัดทำขึ้น ใหม่ประจำปีงบประมาณ ให้ เป็นไปตามกรอบแผนแม่บท ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ</td><td>จัดทำร่างแผนปฏิบัติ การทบทวน กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำปี เสนอต่อ ที่ประชุม ผู้บริหารพิจารณา</td><td>ดำเนินการแก้ไขตามมติ ที่ประชุมผู้บริหาร และ จัดทำแผนปฏิบัติการ ทบทวนกฎหมาย คุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี เสนอต่อ ลคบ. พิจารณา</td><td>เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ แผนปฏิบัติการ ทบทวนกฎหมาย คุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี</td><td>ติดตาม ประเมินผล และ รายงานผล เสนอ ต่อ ที่ประชุมผู้บริหาร เพื่อให้ข้อคิดเห็น และ ปรับปรุงให้เหมาะสม เพื่อใช้ดำเนินการในปี ต่อไป</td></tr> </tbody> </table>					ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕	มีการประชุมเพื่อพิจารณา กำหนดกฎหมาย ที่จะ ทบทวน แก้ไขปรับปรุง ยกเลิก รวมถึงจัดทำขึ้น ใหม่ประจำปีงบประมาณ ให้ เป็นไปตามกรอบแผนแม่บท ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	จัดทำร่างแผนปฏิบัติ การทบทวน กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำปี เสนอต่อ ที่ประชุม ผู้บริหารพิจารณา	ดำเนินการแก้ไขตามมติ ที่ประชุมผู้บริหาร และ จัดทำแผนปฏิบัติการ ทบทวนกฎหมาย คุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี เสนอต่อ ลคบ. พิจารณา	เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ แผนปฏิบัติการ ทบทวนกฎหมาย คุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี	ติดตาม ประเมินผล และ รายงานผล เสนอ ต่อ ที่ประชุมผู้บริหาร เพื่อให้ข้อคิดเห็น และ ปรับปรุงให้เหมาะสม เพื่อใช้ดำเนินการในปี ต่อไป
ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕										
มีการประชุมเพื่อพิจารณา กำหนดกฎหมาย ที่จะ ทบทวน แก้ไขปรับปรุง ยกเลิก รวมถึงจัดทำขึ้น ใหม่ประจำปีงบประมาณ ให้ เป็นไปตามกรอบแผนแม่บท ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	จัดทำร่างแผนปฏิบัติ การทบทวน กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำปี เสนอต่อ ที่ประชุม ผู้บริหารพิจารณา	ดำเนินการแก้ไขตามมติ ที่ประชุมผู้บริหาร และ จัดทำแผนปฏิบัติการ ทบทวนกฎหมาย คุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี เสนอต่อ ลคบ. พิจารณา	เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ แผนปฏิบัติการ ทบทวนกฎหมาย คุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี	ติดตาม ประเมินผล และ รายงานผล เสนอ ต่อ ที่ประชุมผู้บริหาร เพื่อให้ข้อคิดเห็น และ ปรับปรุงให้เหมาะสม เพื่อใช้ดำเนินการในปี ต่อไป										

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนามาตรการ หรือแนวทางการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๑ก๑) ตัวชี้วัด ๑.๓.๑ จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับ การพัฒนา	๘ เรื่อง	๘ เรื่อง	๘ เรื่อง	กกค./ กคช./ กคณ./ กคส./ กคต.
คำอธิบาย: มาตรการ คือ มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค หรือแนวทางในการบังคับใช้กฎหมาย ระดับประกาศ/ ระเบียบ/ คำสั่ง				

กลยุทธ์ที่ ๔ พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๑ก๔) ตัวชี้วัด ๑.๔.๑ ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการ ดำเนินการ	๕๐	๖๐	๗๐	กคณ. (ศูนย์เฝ้าระวัง)
คำอธิบาย: ๑. เรื่องแจ้งเตือนภัย หมายถึง เรื่องที่ได้รับการแจ้งเบาะแสและการสำรวจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการหรือ สถานประกอบการ ๒. เรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ หมายถึง เรื่องแจ้งเตือนภัยที่เจ้าหน้าที่ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ที่กำหนด สูตรการคำนวณ $\frac{\text{เรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ}}{\text{เรื่องแจ้งเตือนภัย}} \times ๑๐๐$				

กลยุทธ์ที่ ๕ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๕ก๑) ตัวชี้วัด ๑.๕.๑ จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการ	๑	๑	๑	สผพ.
คำอธิบาย: นโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายความว่ารวมถึง นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่ สคบ. เป็นเจ้าภาพเอง หรือที่ สคบ.ร่วมดำเนินการกับหน่วยงานอื่น				

▪ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน	๘๐	๘๐	๘๐	สผพ. (สทศ.)
คำอธิบาย: กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนผู้ใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๑๐	๑๐	๑๐	กผป.
คำอธิบาย: โดยวัดจากข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์รวมทุกช่องทาง ได้แก่ FACEBOOK, YOUTUBE, LINE, WEBSITE เป็นต้น				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๓ ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน	๖๐	๗๐	๘๐	กผป.
คำอธิบาย: ข้อมูลจากผลการสำรวจการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากประชาชนทั่วไป ดังนี้ ๑) กลุ่มผู้พิการ ๒) กลุ่มผู้สูงอายุ ๓) กลุ่มลูกจ้างและผู้ใช้แรงงาน ๔) กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และ ๕) กลุ่มข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๔ ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค	๖๐	๗๐	๘๐	กผป.
คำอธิบาย: ข้อมูลจากผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคจากประชาชนทั่วไป ดังนี้ ๑) กลุ่มผู้พิการ ๒) กลุ่มผู้สูงอายุ ๓) กลุ่มลูกจ้างและผู้ใช้แรงงาน ๔) กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และ ๕) กลุ่มข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ				

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ										
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕											
ตัวชี้วัด ๒.๑.๑ ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๕	๕	สผพ. (สทศ.)										
คำอธิบาย: ฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ๑. ระบบฐานข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียนเพื่อช่วยติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ๒. ระบบฐานข้อมูลการออกใบอนุญาตตาม พรบ.ขายตรงและตลาดแบบตรง ๓. ระบบฐานข้อมูลกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๔. ระบบฐานข้อมูลอื่นๆ เกณฑ์การประเมิน: <table border="1"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th><th>ระดับ ๒</th><th>ระดับ ๓</th><th>ระดับ ๔</th><th>ระดับ ๕</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ฐานข้อมูลฯ มีการวิเคราะห์ความต้องการของเจ้าหน้าที่ผู้ใช้งานระบบ</td><td>-</td><td>ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๑ ฐานข้อมูล</td><td>-</td><td>ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๒ ฐานข้อมูล</td></tr> </tbody> </table>					ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕	ฐานข้อมูลฯ มีการวิเคราะห์ความต้องการของเจ้าหน้าที่ผู้ใช้งานระบบ	-	ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๑ ฐานข้อมูล	-	ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๒ ฐานข้อมูล
ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕										
ฐานข้อมูลฯ มีการวิเคราะห์ความต้องการของเจ้าหน้าที่ผู้ใช้งานระบบ	-	ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๑ ฐานข้อมูล	-	ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๒ ฐานข้อมูล										

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๒ก๑) ตัวชี้วัด ๒.๑.๒ ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	๒	๓	๔	หน่วยงานหลัก: สผพ. (สทศ.) หน่วยงานสนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง
คำอธิบาย: ประกอบด้วยการพัฒนาฐานข้อมูลด้านการคุ้มครองของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และการพัฒนา การเชื่อมโยงข้อมูล ๖ ประเภท ดังนี้ ๑. เชื่อมโยงข้อมูลบุคคล ข้อมูลอ้างอิงเลขบัตรประจำตัวประชาชน ๑๓ หลัก หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ (๑) กรมการปกครอง (๒) สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ๒. เชื่อมโยงข้อมูลนิติบุคคล ข้อมูลอ้างอิงเลขนิติบุคคล ๑๓ หลัก หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ (๑) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (๒) สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ๓. เชื่อมโยงข้อมูลร้องทุกข์ผู้บริโภค หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ (๑) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (๒) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (๓) ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล ๑๑๑๑ (๔) ศูนย์ดำรงธรรม (๕) กรมการค้าภายใน (๖) สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (๗) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (๘) กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (๙) กรมการขนส่งทางบก (๑๐) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (๑๑) กรมการท่องเที่ยว (๑๒) กระทรวงยุติธรรม ๓.๑ รายละเอียดข้อมูลการรับและการส่งเรื่องร้องทุกข์ ระหว่างหน่วยงาน (รหัสรับเรื่อง ชื่อและรายละเอียดผู้ร้องทุกข์ ชื่อและรายละเอียดผู้ถูกร้องทุกข์ เรื่องร้องทุกข์ ประเภทร้องทุกข์ รายละเอียดเพิ่มเติม เอกสารหลักฐาน สถานะของเรื่อง เป็นต้น)				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
๓.๒ ฐานข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์ของหน่วยงาน (รหัสรับเรื่อง ชื่อและรายละเอียดผู้ร้องทุกข์ ชื่อและรายละเอียดผู้ถูกร้องทุกข์ เรื่องและรายละเอียดร้องทุกข์ เอกสารหลักฐาน (ถ้ามี) สถานะของเรื่อง เป็นต้น) ๔. เชื่อมโยงข้อมูลอนุญาตประกอบธุรกิจ ๔.๑ ทะเบียนขายตรงและตลาดแบบตรง กับระบบ Biz portal หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ (๑) สำนักงาน ก.พ.ร. (๒) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ๔.๒ ข้อมูลทะเบียนยานพาหนะ หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ กรมการขนส่งทางบก ๔.๓ ข้อมูลอนุญาตจัดสรรที่ดินหรืออาคารชุด หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ กรมที่ดิน ๔.๔ ข้อมูลอนุญาตก่อสร้างอาคาร หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ (๑) กรมโยธาธิการและผังเมือง (๒) กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ๔.๕ ข้อมูลทะเบียนพาณิชย์ ข้อมูลทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ๔.๖ ข้อมูลอนุญาตกิจการโทรคมนาคมและกิจการกระจายเสียง หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ๔.๗ ข้อมูลอนุญาตสถานพยาบาล สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ กรมสนับสนุนการบริการสุขภาพ ๔.๘ ข้อมูลอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารและยา หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ๔.๙ ข้อมูลทะเบียนธุรกิจท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ กรมการท่องเที่ยว ๔.๑๐ ข้อมูลทะเบียนทางวิชาชีพของแพทย์ หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ (๑) แพทยสภา (๒) ทันตแพทยสภา ๔.๑๑ ข้อมูลอนุญาตธุรกิจประกันภัย หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ๔.๑๒ ข้อมูลอนุญาตขนานเข้า/ส่งออกปุ๋ย หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร ๕. เชื่อมโยงข้อมูลแจ้งเตือนภัย/ข่าวสาร/องค์ความรู้ หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ (๑) กรมการค้าภายใน (๒) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (๓) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (๔) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (๕) กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (๖) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (๗) ธนาคารแห่งประเทศไทย (๘) สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (๙) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ๖. เชื่อมโยงข้อมูลการดำเนินคดี หน่วยงานเจ้าของข้อมูล ได้แก่ (๑) ธนาคารแห่งประเทศไทย (๒) สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (๓) กรมบังคับคดี (๔) สำนักงานอัยการสูงสุด เกณฑ์การประเมิน:				
ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕
หน่วยงาน (สคบ.) มีการจัดเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	หน่วยงานเป้าหมายร้อยละ ๕๕ มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลครบทั้ง ๖ ด้าน	หน่วยงานเป้าหมายร้อยละ ๗๐ มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลครบทั้ง ๖ ด้าน	หน่วยงานเป้าหมายร้อยละ ๘๕ มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลครบทั้ง ๖ ด้าน	หน่วยงานเป้าหมายร้อยละ ๑๐๐ มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลครบทั้ง ๖ ด้าน

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนานวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๒ก๒) ตัวชี้วัด ๒.๒.๑ จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	๑	๑	๑	หน่วยงานหลัก: สผพ. (สทศ.) หน่วยงานสนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง
คำอธิบาย: ๑. พัฒนานวัตกรรม หมายถึง การพัฒนา การประดิษฐ์คิดค้น ทำสิ่งต่างๆ ด้วยกระบวนการ / วิธีการใหม่ ที่เกิดจากการใช้ความรู้ เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเห็นผลเป็นที่ประจักษ์ จึงเป็นได้ทั้ง Product Innovation ,Business Process Management Innovation , Service Model Development Innovation I เช่น นวัตกรรมการไกล่เกลี่ย โดยใช้เครื่องมือผ่านทางช่องทางออนไลน์ นวัตกรรมลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง นวัตกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการบริหารจัดการผ่านทุกช่องทางอย่างทันท่วงที นวัตกรรมให้บริการ ด้วยปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น ๒. การให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง การนำนวัตกรรมที่ได้มีการพัฒนา มาให้บริการกับ กลุ่มเป้าหมายต่างๆ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง จนเกิดผลเป็นรูปธรรม และนำไปต่อยอดเพื่อการพัฒนา / ปรับปรุงงานในอนาคตด้วย				

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ										
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕											
(ย๒ก๑) ตัวชี้วัด ๒.๓.๑ ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยง ฐานข้อมูลการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ	๓	๔	๕	กคจ./ สผพ. (สทศ.)										
คำอธิบาย: ระบบการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ หมายถึง ระบบฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงข้อมูลการแจ้งเตือนภัย ข่าวด่วน หรือองค์ความรู้ และสามารถส่งต่อข้อมูลเพื่อบูรณาการการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ เพื่อกำกับตรวจสอบ ผู้ประกอบธุรกิจร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (๑) กรมการค้าภายใน (๒) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (๓) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (๔) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (๕) กรมสนับสนุนบริการ สุขภาพ (๖) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (๗) ธนาकरแห่งประเทศไทย (๘) สำนักงาน คณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (๙) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และ (๑๐) หน่วยงานอื่นๆ เกณฑ์การประเมิน: <table border="1"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th><th>ระดับ ๒</th><th>ระดับ ๓</th><th>ระดับ ๔</th><th>ระดับ ๕</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๖๐</td><td>เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๖ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๗๐</td><td>เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๗ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๘๐</td><td>เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๘ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๙๐</td><td>เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ครบทั้ง ๙ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐</td></tr> </tbody> </table>					ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕	เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๖๐	เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๖ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๗๐	เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๗ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๘๐	เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๘ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๙๐	เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ครบทั้ง ๙ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐
ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕										
เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๖๐	เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๖ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๗๐	เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๗ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๘๐	เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๘ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๙๐	เชื่อมโยงกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ครบทั้ง ๙ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐										

กลยุทธ์ที่ ๔ การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๓ก๑) ตัวชี้วัด ๒.๔.๑ จำนวนองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ที่เผยแพร่ต่อผู้บริโภค	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	กผป.
คำอธิบาย: ๑. องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ บทความ งานวิจัย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น หรือความรู้ ที่เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าหรือบริการให้ได้รับความปลอดภัย ๒. องค์ความรู้ หมายถึง ตัวความรู้ที่กำหนดขอบเขตได้ และระบุเฉพาะเจาะจงได้ เป็นสิ่งที่สร้าง ผลิต และ พัฒนาได้ เผยแพร่ ถ่ายทอด และนำมาใช้ประโยชน์ได้				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๓ก๑) ตัวชี้วัด ๒.๔.๒ จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ ได้รับการปรับปรุง	๕ เรื่อง	๕ เรื่อง	๕ เรื่อง	กกค./ กคณ./ กคส./ กคฆ./ กคต./ สปจ./ กผป./ สผพ.
คำอธิบาย: คู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง คู่มือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค เช่น คู่มือการปฏิบัติงานของสำนัก/ กอง/ กลุ่มงาน, คู่มือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ประจำจังหวัด/ อบท., คู่มือการดำเนินงาน ของเครือข่ายฯ, คู่มือการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นคู่มือที่จัดทำขึ้นใหม่หรือพัฒนาจากคู่มือที่มีอยู่เดิม				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๓ก๒) ตัวชี้วัด ๒.๔.๓ จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	๑๐	๑๐	๑๐	ทุกสำนัก/ กอง
คำอธิบาย: ๑. การบริโภคอย่างยั่งยืน หมายถึง การปลูกฝังการรับรู้สิทธิผู้บริโภคและลดการใช้สินค้าและบริการอย่าง ฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างน้อยที่สุด ส่งเสริมให้มีการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียงมาใช้ในการชีวิตประจำวัน ๒. กิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน เช่น กิจกรรมอบรม รณรงค์ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทาง ต่าง ๆ เป็นต้น				

กลยุทธ์ที่ ๕ การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๓ก๒) ตัวชี้วัด ๒.๕.๑ จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ	๑๒๐	๑๒๐	๑๒๐	กผป.
คำอธิบาย: ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คือ ข้อมูล บทความ บทวิเคราะห์ ข้อมูลเตือนภัย หรืออื่น ๆ ที่จัดทำขึ้น เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ความรู้ที่เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าหรือบริการให้ได้รับความปลอดภัย เป็นต้น				

▪ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

คำชี้แจง

๑. **องค์กรของผู้บริโภค** หมายถึง ผู้บริโภคซึ่งมีการรวมตัวกันตั้งแต่สิบคนขึ้นไป จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภค และไม่แสวงหากำไร ไม่ว่าการรวมตัวจัดตั้งนั้นจะจัดตั้งเป็นรูปแบบใด และจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ตาม

๒. **เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค** หมายถึง องค์กรภาครัฐ หรือองค์กรภาคเอกชนที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล หรือ องค์กรภาคประชาสังคม หรือกลุ่มประชาชนที่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ชมรม หรือที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่น ซึ่งมีรูปแบบโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและไม่แสวงหากำไร

๓. **องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ** หมายถึง องค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๑ จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ	-	๑๐	๑๕	กผป. / สปจ.
คำอธิบาย: องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ หมายถึง องค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา	๓๐	๕๐	๕๐	กผป./ สปจ.
คำอธิบาย: การพัฒนาองค์กรของผู้บริโภค หมายถึง ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ ด้านกฎหมาย ระเบียบวิธีปฏิบัติ ข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ปัญหา รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาทักษะ ด้านการเฝ้าระวัง ป้องกัน การติดตามตรวจสอบ การสื่อสาร การรับเรื่องร้องเรียน การเจรจาไกล่เกลี่ยเพื่อช่วยเหลือและเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค เป็นต้น				

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๑ก๓) ตัวชี้วัด ๓.๑.๑ ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติในส่วนภูมิภาค	๕๐	๕๕	๖๐	สปจ.
คำอธิบาย: วัดความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค (ระดับจังหวัด)				
สูตรการคำนวณ: $\frac{\text{จำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติ}}{\text{จำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด}} \times ๑๐๐$				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๓.๑.๒ ร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	๑๐	๑๕	๒๐	สพจ.
คำอธิบาย: กิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น กิจกรรมอบรม รณรงค์ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เป็นต้น สูตรการคำนวณ: $\frac{\text{จำนวน อปท.ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค}}{\text{จำนวน อปท. ทั้งหมด}} \times ๑๐๐$				

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ										
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕											
(ย๔ก๑) ตัวชี้วัด ๓.๒.๑ ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๔	๕	กผป./ สผพ.										
คำอธิบาย: ๑. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ หมายถึง องค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด ๒. การพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ๒.๑ ระเบียบ หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ที่ผ่านกระบวนการทางวิชาการและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ๒.๒ กระบวนการรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การรับสมัคร การตรวจสอบคุณสมบัติ การตรวจประเมิน การรับรองคุณภาพฯ การเพิกถอนการรับรองคุณภาพฯ เป็นต้น ๒.๓ เครื่องมืออำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการการรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การจัดทำฐานข้อมูล การจัดทำระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อบริหารจัดการ เป็นต้น เกณฑ์การประเมิน: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th><th>ระดับ ๒</th><th>ระดับ ๓</th><th>ระดับ ๔</th><th>ระดับ ๕</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำร่าง หลักเกณฑ์การ รับรองคุณภาพของ องค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภค</td><td>รับฟังความคิดเห็น ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อร่างหลักเกณฑ์การ รับรองคุณภาพของ องค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภค</td><td>จัดทำหลักเกณฑ์การ รับรองคุณภาพของ องค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคระดับ มาตรฐาน และเสนอ ต่อ คณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้</td><td>จัดทำหลักเกณฑ์ การรับรองคุณภาพ ขององค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคระดับ ดีเด่น และเสนอต่อ คณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้</td><td>จัดทำหลักเกณฑ์ การรับรองคุณภาพ ขององค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคระดับยอดเยี่ยม และเสนอต่อ คณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้</td></tr> </tbody> </table>					ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕	รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำร่าง หลักเกณฑ์การ รับรองคุณภาพของ องค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภค	รับฟังความคิดเห็น ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อร่างหลักเกณฑ์การ รับรองคุณภาพของ องค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภค	จัดทำหลักเกณฑ์การ รับรองคุณภาพของ องค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคระดับ มาตรฐาน และเสนอ ต่อ คณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้	จัดทำหลักเกณฑ์ การรับรองคุณภาพ ขององค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคระดับ ดีเด่น และเสนอต่อ คณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้	จัดทำหลักเกณฑ์ การรับรองคุณภาพ ขององค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคระดับยอดเยี่ยม และเสนอต่อ คณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้
ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕										
รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำร่าง หลักเกณฑ์การ รับรองคุณภาพของ องค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภค	รับฟังความคิดเห็น ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อร่างหลักเกณฑ์การ รับรองคุณภาพของ องค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภค	จัดทำหลักเกณฑ์การ รับรองคุณภาพของ องค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคระดับ มาตรฐาน และเสนอ ต่อ คณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้	จัดทำหลักเกณฑ์ การรับรองคุณภาพ ขององค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคระดับ ดีเด่น และเสนอต่อ คณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้	จัดทำหลักเกณฑ์ การรับรองคุณภาพ ขององค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคระดับยอดเยี่ยม และเสนอต่อ คณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้										

กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๔ก๒) ตัวชี้วัด ๓.๓.๑ จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กร ของผู้บริโภค	๕	๑๐	๑๕	กผป./ สปจ.
คำอธิบาย: ๑. องค์กรของผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคซึ่งมีการรวมตัวกันตั้งแต่สิบคนขึ้นไป จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ ในการคุ้มครองผู้บริโภค และไม่แสวงหากำไร ไม่ว่าการรวมตัวจัดตั้งนั้นจะจัดตั้งเป็นรูปแบบใด และจะเป็นนิติบุคคล หรือไม่ก็ตาม ๒. เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง องค์กรภาครัฐ หรือองค์กรภาคเอกชนที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล หรือ องค์กรภาคประชาสังคม หรือกลุ่มประชาชนที่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ชมรม หรือที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่น ซึ่งมีรูปแบบ โครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและไม่แสวงหากำไร ๓. จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค หมายถึง การเพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของ ผู้บริโภคโดยนับจำนวนรวมกันทั้งสองประเภท				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๓.๓.๒ จำนวนผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านการอบรม	๓๐	๑๐๐	๑๐๐	กผป.
คำอธิบาย: ผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง ผู้นำจากองค์กรของผู้บริโภค หรือผู้ที่สามารถส่งเสริมให้มีการจัดตั้ง เครือข่ายภาคประชาสังคมได้				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๓.๓.๓ จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา	- บุคลากร จาก ๗๖ จังหวัด - บุคลากร จาก อปท. ๕๐ แห่ง	- บุคลากร จาก ๗๖ จังหวัด - บุคลากร จาก อปท. ๑๐๐ แห่ง	- บุคลากร จาก ๗๖ จังหวัด - บุคลากร จาก อปท. ๑๕๐ แห่ง	สปจ.
คำอธิบาย: การพัฒนาจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ (๑) กิจกรรมการอบรม (๒) กิจกรรมการสัมมนา หรือ (๓) กิจกรรมการเผยแพร่ โดยต้องมีการ พัฒนาอย่างน้อย ๒ กิจกรรม ทั้งนี้ ควรให้ความสำคัญในการพัฒนากลุ่มเป้าหมายระดับจังหวัด เทศบาลนคร เทศบาล เมือง เทศบาลตำบล และ อบต. นำร่อง ตามลำดับ				

กลยุทธ์ที่ ๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
(ย๔ก๔) ตัวชี้วัด ๓.๔.๑ จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.	๓๐	๓๐	๓๐	กกค./ กกฉ./ กกส./ กกฉ./ กกต./ สปจ./กผป./ สผพ.
คำอธิบาย: ผู้ประกอบการที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับภาครัฐ ได้แก่ (๑) กิจกรรมความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา กับหน่วยงานภาครัฐ และ (๒) การให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎหมาย				

▪ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ	๘๐	๘๕	๙๐	สผพ.
คำอธิบาย: วัดจากค่าเฉลี่ยของคะแนนตัวชี้วัดสำคัญที่ส่งผลการดำเนินงานตามพันธกิจทั้ง ๖ ข้อ สูตรการคำนวณ: $\frac{KPI (๑.๓.๑) + (๑.๔.๑) + (๒.๒.๑) + (๒.๕.๑) + (๓.๓.๓) + (๔.๔.๒)}{๖} \times ๑๐๐$				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร	๗๕	๗๕	๗๕	กพบ.
คำอธิบาย: แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการองค์กรจากบุคลากรภายในองค์กร				

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๔.๑.๑ ร้อยละความสำเร็จของแผนพัฒนาบุคลากร	๗๐	๗๕	๘๐	สลก.
คำอธิบาย: ๑. เป็นแผนพัฒนาบุคลากรระยะสั้น (แผนระยะ ๓ - ๕ ปี) ที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร ๒. เป็นการวัดความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการเสริมสร้างและเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และความสามารถในการทำงานของบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ความรับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น โดยวัดจากความสำเร็จของการจัดฝึกอบรมภายในที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดขึ้น (In-House Training) และการฝึกอบรมที่หัวหน้าส่วนราชการส่งเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไปฝึกอบรมกับหน่วยงานภายนอก (Public Training/ Off-House Training) ทั้งที่มีค่าใช้จ่ายและไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้ารับการฝึกอบรม สูตรการคำนวณ: $\frac{\text{โครงการ/กิจกรรมที่ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย}}{\text{โครงการ/กิจกรรมทั้งหมดภายใต้แผนพัฒนาบุคลากร}} \times ๑๐๐$				

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ										
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕											
ตัวชี้วัด ๔.๒.๑ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตาม กระบวนการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	๗๕	๘๐	๘๕	สลก.										
คำอธิบายตัวชี้วัด : - การบริหารทรัพยากรบุคคล หมายถึง กิจกรรม/กระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลของส่วนราชการ โดยวัดจากกระบวนการเลื่อนระดับตำแหน่ง เพื่อเลื่อนขึ้นแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้น (เฉพาะตำแหน่งประเภทวิชาการและตำแหน่งประเภททั่วไป) ให้เป็นกระบวนการที่มีความถูกต้องตามหลักเกณฑ์ และวิธีการในการบริหารทรัพยากรบุคคล คำอธิบาย : กิจกรรมนี้กำหนดค่าความสำเร็จเป็นร้อยละ โดยคำนวณจากร้อยละความสำเร็จของกระบวนการเลื่อนระดับตำแหน่งตามจำนวนครั้งที่ได้ทำกิจกรรมนั้นๆ รายละเอียดของการวัดปรากฏ ดังนี้ <table border="1"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑ ๑ คะแนน</th><th>ระดับ ๒ ๒ คะแนน</th><th>ระดับ ๓ ๓ คะแนน</th><th>ระดับ ๔ ๔ คะแนน</th><th>ระดับ ๕ ๕ คะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>กระบวนการฯ ใช้เวลามากกว่า ๖๐ วันทำการขึ้นไป โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้</td><td>กระบวนการฯ ใช้เวลา ระหว่าง ๕๖-๖๐ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้</td><td>กระบวนการฯ ใช้เวลาระหว่าง ๕๑-๕๕ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้</td><td>กระบวนการฯ ใช้เวลาระหว่าง ๔๖-๕๐ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้</td><td>กระบวนการฯ เสร็จสิ้นภายใน ๔๕ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้</td></tr> </tbody> </table> หมายเหตุ ๑. เป็นกระบวนการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร (กระบวนการเลื่อนระดับตำแหน่ง โดยสิ้นสุดที่ขั้นตอนการลงนามในคำสั่งเลื่อนระดับ) ๒. กรณีที่เจ้าหน้าที่ไม่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้ และไม่นำมารวมคำนวณเป็นระยะเวลาดำเนินการ ได้แก่ ๑) การแต่งตั้งคณะกรรมการคัดเลือก ๒) การกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลงาน ๓) กำหนดนัดประชุม คณะกรรมการและการรับรองรายงานการประชุม ๔) การประกาศเพื่อให้ทั่วถึงผลงาน ๓๐ วัน และกำหนดการส่งผลงาน ๙๐ วัน และการขยายระยะเวลาจัดส่ง ๑๕ วัน (ไม่เกิน ๒ ครั้ง) และ ๕) ระยะเวลาจัดส่ง/แก้ไข ผลงานของผู้ขอรับการประเมิน สูตรการคำนวณ $\frac{\text{SUM (ผลการดำเนินงานในแต่ละเรื่อง + ...n)}}{๕ \times n} \times ๑๐๐$					ระดับ ๑ ๑ คะแนน	ระดับ ๒ ๒ คะแนน	ระดับ ๓ ๓ คะแนน	ระดับ ๔ ๔ คะแนน	ระดับ ๕ ๕ คะแนน	กระบวนการฯ ใช้เวลามากกว่า ๖๐ วันทำการขึ้นไป โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้	กระบวนการฯ ใช้เวลา ระหว่าง ๕๖-๖๐ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้	กระบวนการฯ ใช้เวลาระหว่าง ๕๑-๕๕ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้	กระบวนการฯ ใช้เวลาระหว่าง ๔๖-๕๐ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้	กระบวนการฯ เสร็จสิ้นภายใน ๔๕ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้
ระดับ ๑ ๑ คะแนน	ระดับ ๒ ๒ คะแนน	ระดับ ๓ ๓ คะแนน	ระดับ ๔ ๔ คะแนน	ระดับ ๕ ๕ คะแนน										
กระบวนการฯ ใช้เวลามากกว่า ๖๐ วันทำการขึ้นไป โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้	กระบวนการฯ ใช้เวลา ระหว่าง ๕๖-๖๐ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้	กระบวนการฯ ใช้เวลาระหว่าง ๕๑-๕๕ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้	กระบวนการฯ ใช้เวลาระหว่าง ๔๖-๕๐ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้	กระบวนการฯ เสร็จสิ้นภายใน ๔๕ วันทำการ โดยนับระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมในการปฏิบัติงานได้										

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ										
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕											
ตัวชี้วัด ๔.๓.๑ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน	๗๕	๗๕	๗๕	สผพ./ กพบ.										
คำอธิบาย : - บุคลากร หมายถึง ข้าราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างเหมาบริการ ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงาน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค - หน่วยงาน หมายถึง หน่วยงานทั้งที่ปรากฏในกฎกระทรวงและไม่ปรากฏในกฎกระทรวง ระดับสำนัก/กอง/กลุ่ม หรือที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่นในระดับเดียวกัน - เทคโนโลยีและนวัตกรรม คือ การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการ จะถูกนำมาประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงอย่างเป็นระบบเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลงของยุคโลกาภิวัตน์ - พิจารณาจากผลสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรทั้งหมดที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน - การสำรวจประกอบด้วยประเด็นสำคัญ ดังนี้ ๑. ความพึงพอใจต่อการพัฒนาบุคลากรในด้านระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรม ๒. ความพึงพอใจต่อระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมการอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน ๓. ความพึงพอใจต่อระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ สคบ. ๔. ความพึงพอใจในการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานแบบ Smart office เกณฑ์การประเมิน : ช่วงปรับเกณฑ์การประเมิน + / - ร้อยละ ๕ ต่อ ๑ คะแนน โดยกำหนดเกณฑ์การประเมิน ดังนี้ <table border="1"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th><th>ระดับ ๒</th><th>ระดับ ๓</th><th>ระดับ ๔</th><th>ระดับ ๕</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>๕๑ - ๖๐</td><td>๖๑ - ๗๐</td><td>๗๑ - ๘๐</td><td>๘๑ - ๙๐</td><td>๙๑ - ๑๐๐</td></tr> </tbody> </table> สูตรการคำนวณ : $\frac{\text{SUM (คะแนนระดับความพึงพอใจ + ... n)}}{๕ \times n} \times ๑๐๐$					ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕	๕๑ - ๖๐	๖๑ - ๗๐	๗๑ - ๘๐	๘๑ - ๙๐	๙๑ - ๑๐๐
ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕										
๕๑ - ๖๐	๖๑ - ๗๐	๗๑ - ๘๐	๘๑ - ๙๐	๙๑ - ๑๐๐										

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๔.๓.๒ ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑)	๘๐	๘๐	๘๐	ศูนย์ ๑๑๖๖
คำอธิบาย : ประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการจากช่องทาง (๑) สายด่วน ๑๑๖๖ และ (๒) การให้บริการ ณ ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑)				

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ										
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕											
ตัวชี้วัด ๔.๓.๓ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัด ประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติราชการ	๙๐	๙๐	๙๐	กพป.										
คำอธิบาย : พิจารณาจากเกณฑ์ของส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ ที่สามารถดำเนินการได้ครบถ้วนตามเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.พ.ร. กำหนด และเป็นไปตามปฏิทิน การประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติราชการ (มาตรา ๔๔) ที่สำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการตามกำหนด ๕ องค์ประกอบ ได้แก่ - องค์ประกอบที่ ๑ (Function Base) ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจพื้นฐาน งานที่ประจำ งานตามหน้าที่ปกติ หรืองานตามหน้าที่ปกติ หรืองานตามหน้าที่ความรับผิดชอบหลัก งานตามกฎหมาย กฎ นโยบายของ รัฐบาล หรือมติคณะรัฐมนตรี - องค์ประกอบที่ ๒ (Agenda Base) ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจยุทธศาสตร์ แนวทาง ปฏิรูปภาครัฐ นโยบายเร่งด่วน หรือภารกิจที่ได้รับมอบหมายเป็นพิเศษ หรือการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันหลาย หน่วยงาน - องค์ประกอบที่ ๓ (Area Base) ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจพื้นที่/ ท้องถิ่น ภูมิภาค จังหวัด และกลุ่มจังหวัด ซึ่งเป็นตัวชี้วัดการพัฒนา Database เฉพาะจังหวัดต้องดำเนินการ ทั้งนี้ส่วนราชการจะไม่มีการ ประเมินองค์ประกอบนี้ - องค์ประกอบที่ ๔ (Innovation Base) ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรมในการ บริหารจัดการระบบงาน งบประมาณ ทรัพยากรบุคคล และการให้บริการประชาชนหรือหน่วยงานของรัฐ เพื่อไปสู่ระบบ ราชการ ๔.๐ จะมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาการให้บริการประชาชนเป็นลำดับแรก - องค์ประกอบที่ ๕ (Potential Base) ศักยภาพในการดำเนินการของส่วนราชการตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี เป็นการประเมินผลสำเร็จของการดำเนินการขับเคลื่อนตามแผนปฏิรูปส่วนราชการ เกณฑ์การประเมิน : ช่วงปรับเกณฑ์การประเมิน + / - ร้อยละ ๕ ต่อ ๑ คะแนน โดยกำหนดเกณฑ์การประเมิน ดังนี้ <table border="1"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th><th>ระดับ ๒</th><th>ระดับ ๓</th><th>ระดับ ๔</th><th>ระดับ ๕</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>๘๐</td><td>๘๕</td><td>๙๐</td><td>๙๕</td><td>๑๐๐</td></tr> </tbody> </table> สูตรการคำนวณ : จำนวนตัวชี้วัดการประเมินส่วนราชการฯ <u>ที่สำนัก/กอง/กลุ่ม รับผิดชอบและดำเนินการผ่านเกณฑ์ที่กำหนด</u> X ๑๐๐ จำนวนตัวชี้วัดการประเมินส่วนราชการฯ ทั้งหมด ที่แต่ละสำนัก/กอง/กลุ่ม รับผิดชอบ					ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕	๘๐	๘๕	๙๐	๙๕	๑๐๐
ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕										
๘๐	๘๕	๙๐	๙๕	๑๐๐										

กลยุทธ์ที่ ๔ การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ										
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕											
ตัวชี้วัด ๔.๔.๑ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๔	๕	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง										
คำอธิบาย : วัดจากจำนวนตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ เกณฑ์การประเมิน : <table border="1"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th><th>ระดับ ๒</th><th>ระดับ ๓</th><th>ระดับ ๔</th><th>ระดับ ๕</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>สำเร็จ ๒ ตัวชี้วัด</td><td>สำเร็จ ๔ ตัวชี้วัด</td><td>สำเร็จ ๖ ตัวชี้วัด</td><td>สำเร็จ ๘ ตัวชี้วัด</td><td>สำเร็จ ๑๐ ตัวชี้วัด</td></tr> </tbody> </table>					ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕	สำเร็จ ๒ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๔ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๖ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๘ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๑๐ ตัวชี้วัด
ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕										
สำเร็จ ๒ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๔ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๖ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๘ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๑๐ ตัวชี้วัด										

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ										
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕											
ตัวชี้วัด ๔.๔.๒ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑	๓	๔	๕	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง										
คำอธิบาย : วัดจากจำนวนตัวชี้วัดระดับแผนและตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ ที่ดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ เกณฑ์การประเมิน : <table border="1"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th><th>ระดับ ๒</th><th>ระดับ ๓</th><th>ระดับ ๔</th><th>ระดับ ๕</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>สำเร็จ ๒ ตัวชี้วัด</td><td>สำเร็จ ๕ ตัวชี้วัด</td><td>สำเร็จ ๘ ตัวชี้วัด</td><td>สำเร็จ ๑๑ ตัวชี้วัด</td><td>สำเร็จ ๑๔ ตัวชี้วัด</td></tr> </tbody> </table>					ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕	สำเร็จ ๒ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๕ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๘ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๑๑ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๑๔ ตัวชี้วัด
ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕										
สำเร็จ ๒ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๕ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๘ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๑๑ ตัวชี้วัด	สำเร็จ ๑๔ ตัวชี้วัด										

กลยุทธ์ที่ ๕ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี

รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
ตัวชี้วัด ๔.๕.๑ ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี	๘๐	๘๕	๙๐	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง
สูตรการคำนวณ: โครงการที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ X ๑๐๐ โครงการทั้งหมดภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี				

ประโยชน์ที่ได้รับจากแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สคบ. ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)

ประชาชน

- มีความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก สคบ. มีแนวทางการตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย ควบคู่กับการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- มั่นใจว่าจะได้รับความเป็นธรรมอย่างเสมอภาคตามกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีมาตรฐานในระดับสากล
- ได้รับการบริการที่ดี ทั้งในเรื่องการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนได้อย่างสะดวก รวมถึงการให้บริการด้านอื่นด้วย
- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค และรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการแจ้งเตือนภัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

หน่วยงานของรัฐ

- สามารถสนองตอบความต้องการหรือจัดการปัญหาให้แก่ประชาชนได้รวดเร็วยิ่งขึ้น จากการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนฐานข้อมูลร่วมกัน
- มีแนวทางและเป้าหมายในการร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายภาคประชาสังคม ที่ชัดเจน เพื่อให้ประชาชนทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจและความเข้มแข็งในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคของตนเอง

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

- มีแนวทางการดำเนินงานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน และสอดคล้องต่อนโยบายรัฐบาล ได้อย่างชัดเจน
- มีเป้าหมายและเหตุผลในการขอรับการจัดสรรงบประมาณที่เพิ่มมากขึ้น ให้เพียงพอต่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน
- มีแนวทางในการบริหารจัดการองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเจ้าหน้าที่จะได้รับความพึงพอใจ และความผาสุกอันเกิดจากการรักษาสหิธิประโยชน์ต่าง ๆ

การติดตามและการประเมินผล

เพื่อให้การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) เป็นรูปธรรม และการขับเคลื่อนมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล สำนักแผน และการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้กำหนดรูปแบบและช่วงเวลาในการรายงานผลการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน ดังนี้

การจัดทำรายงานผล: หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดต้องรายงานผลการดำเนินงานตามที่กำหนด

การรายงานผล: หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดต้องรายงานผลการดำเนินงานทุกไตรมาส โดยเมื่อสิ้นสุด ไตรมาสแล้วจะต้องส่งรายงานให้สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคทราบ ภายในสัปดาห์แรกของไตรมาส ถัดไป ซึ่งสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจะรวบรวมและจัดทำสรุปในภาพรวมขององค์กรเสนอ ให้ผู้บริหารทราบต่อไป

การประเมินผล: สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานที่หน่วยงาน ที่รับผิดชอบตัวชี้วัดรายงาน จากนั้นจึงทำการเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้แล้ว

ชื่อหน่วยงาน.....

รายงานผลการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.

ยุทธศาสตร์ที่

กลยุทธ์ที่

ตัวชี้วัดกลยุทธ์ที่

๑. ชื่อแผนงาน/โครงการ

๒. วัตถุประสงค์

.....

๓. วิธีการดำเนินการ

.....

๔. พื้นที่ดำเนินการ

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

๖. งบประมาณที่ใช้ไป

๗. ความก้าวหน้าการดำเนินการ หรือผลที่ได้รับจากการดำเนินงาน

- ผลผลิต

.....

- ผลที่คาดว่าจะ สคบ. จะได้รับ

.....

- ผลที่คาดว่าจะประชาชนจะได้รับ

.....

๘. ปัญหา/อุปสรรคในเชิงการดำเนินงานหรือวิธีการทำงาน

.....

๙. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการดำเนินงาน

.....

เจ้าหน้าที่ประสาน โทร

อีเมลล์

ดาวน์โหลดไฟล์



แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
ฉบับปรับปรุง (พ.ศ.๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค)

เมษายน ๒๕๖๒