



รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ
รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
รอบ ๖ เดือน (๑ ตุลาคม ๒๕๖๔ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๕)

คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้ดำเนินการขับเคลื่อนภารกิจต่าง ๆ ภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด โดยมีสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้นำที่ติดตามประเมินผลและจัดทำรายงานผลการดำเนินการดังกล่าวอยู่เป็นระยะ เพื่อกำกับเร่งรัดและขับเคลื่อนการดำเนินแผนงาน/ โครงการ/ กิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละผลผลิตของสำนัก/กอง/กลุ่มงาน ภายในของ สคบ. ให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. และสอดคล้องกับแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. รวมทั้งเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการองค์กรสำหรับผู้บริหารให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผล โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อส่วนราชการและประชาชนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. นั้น มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) และแผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) ของ สคบ. ซึ่งได้คำนึงถึงความต่อเนื่องในการบริหารราชการแผ่นดินควบคู่กับการปฏิบัติราชการตามสภาวะการณ์อย่างเหมาะสมให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สารบัญ

หน้า

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๑
วิสัยทัศน์/ พันธกิจ	๑
แผนผังแสดงความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ชาติกับแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๒
แผนปฏิบัติราชการ	๓
(ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๑ เรื่อง การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค	๓
(ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๒ เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	๔
(ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๓ เรื่อง พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	๕
(ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๔ เรื่อง พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ	๖
แผนงานภายใต้แผนปฏิบัติราชการของ สคบ. ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕	๘
แผนผังสรุปตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๑๐
ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค รอบ ๖ เดือน (๑ ตุลาคม ๒๕๖๔ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๕)	๑๑
การติดตามและการประเมินผล	๔๒

สาระสำคัญของแผนปฏิบัตินโยบาย รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

วิสัยทัศน์ของส่วนราชการ

“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”

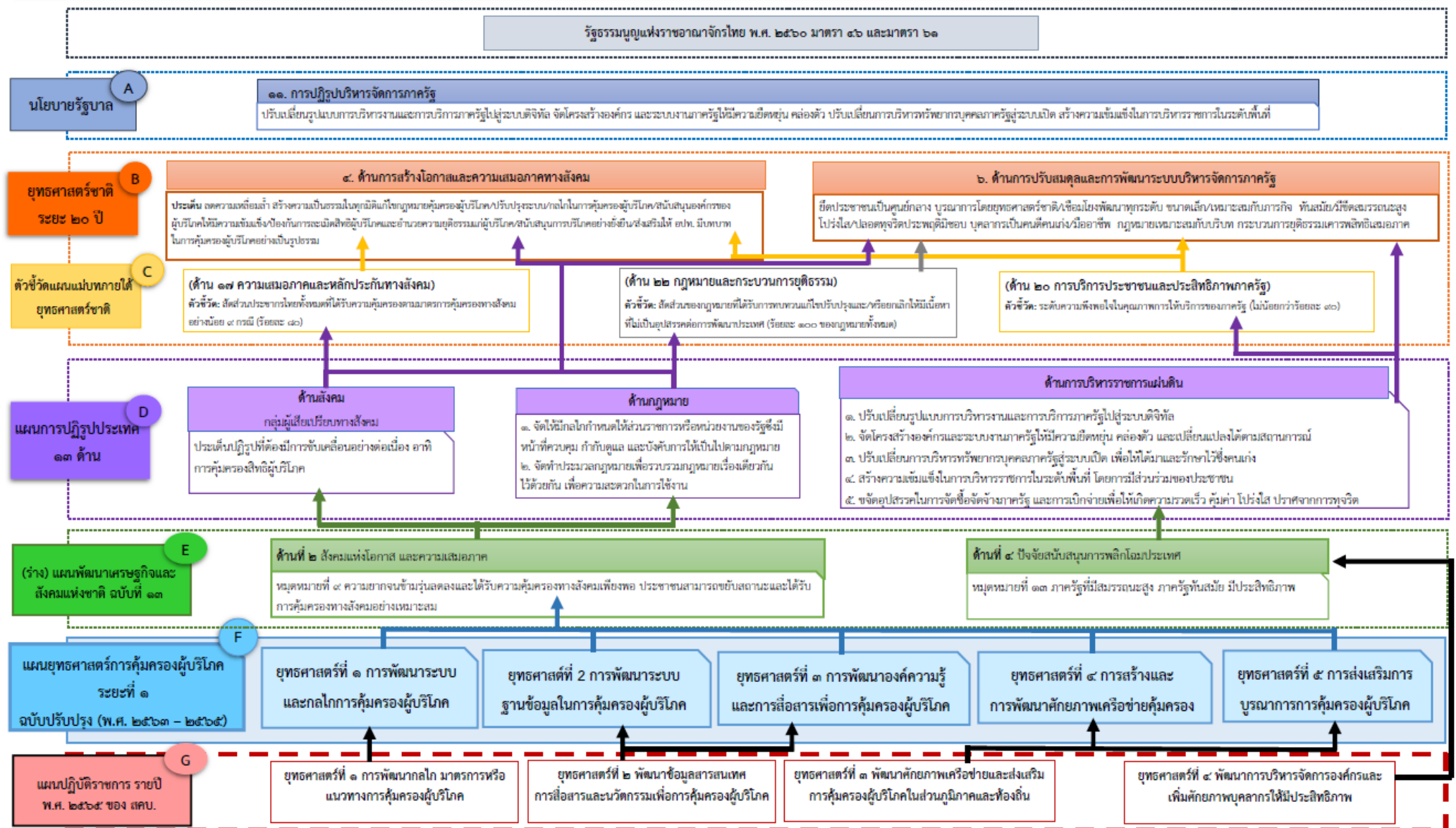
คำอธิบาย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จะพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางด้วยการบริหารจัดการองค์กรให้มีความทันสมัย พร้อมบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานภาครัฐด้วยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระบบต่าง ๆ และพัฒนานวัตกรรมบริการมาใช้ในทุกกระบวนการ เพื่อยกระดับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เทียบเท่าระดับสากลในทุกมิติ ควบคู่กับการเร่งศึกษา พัฒนา ทบทวน และปรับปรุงกฎหมาย รวมถึงมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ ให้ทันต่อกระแสการบริโภคนิยมของโลก และรองรับการพิพาท การละเมิดสิทธิผู้บริโภคในทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความโปร่งใสและเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค รวมทั้งให้ได้รับความยุติธรรมและความรวดเร็วจากกระบวนการชดเชยเยียวยาความเสียหายด้วย พร้อมทั้งสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดการตระหนักรู้ในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวกัน อย่างเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันสร้างสังคมการบริโภคที่ยั่งยืนตามหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

พันธกิจของส่วนราชการ

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

แผนผังแสดงความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ชาติกับแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



แผนปฏิบัติการ

๑. แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๑ เรื่อง การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

๑) เป้าหมาย

๑) สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ร้อยละ ๘๐

๒) กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา จำนวน ๕ ฉบับ

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๑	ระดับความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค	๕	กกค.
๒	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ	๑๐	กคณ./ กคส./ กคฆ. / กคต./สปจ.
๓	ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ	๗๐	กคณ. (ศูนย์เฝ้าระวัง)
๔	จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา	๘ เรื่อง	กคฆ./ กคณ./ กคส./ กคต./ กกค.
๕	*ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขปัญหาคงได้ข้อยุติ	ร้อยละ ๖๐	กกค./ กคฆ./ กคณ./ กคส./ กคต./สปจ./ตปท.
๖	จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการ	๑	สผพ.

๓) กลยุทธ์/ แนวทางการพัฒนา

๑) พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสภาพปัญหา

๒) พัฒนากระบวนการ หรือแนวทางการตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้องและปลอดภัย

๓) พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

๔) พัฒนามาตรการ หรือแนวทางการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค

๕) การแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคจนได้ข้อยุติ

๖) การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ

๔) แผนงาน/ โครงการสำคัญ

- ๑) แผนงานพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
- ๒) แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย
- ๓) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ

๒. แผนปฏิบัติราชการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๒ เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

๑) เป้าหมาย

- ๑) ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ร้อยละ ๘๐
- ๒) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ ๑๐
- ๓) ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน ร้อยละ ๘๐
- ๔) ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค ร้อยละ ๘๐

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๑	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค	๕	สผพ. (สทศ.)
๒	ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	๕	หน่วยงานหลัก: สผพ.(สทศ.) หน่วยงานสนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง
๓	ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ	๕	กคณ./ สผพ. (สทศ.)
๔	จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	๑	หน่วยงานหลัก:สผพ.(สทศ.) หน่วยงานสนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง
๕	จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุง	๕ เรื่อง	กกค./ กคณ./ กคส./ กคฆ./ กคต./ สปจ./กผป./ สผพ./ศรท.
๖	จำนวนขององค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ต่อผู้บริโภค	๑๐๐	กผป.
๗	จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ	๑๒๐	กผป.
๘	จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	๑๐	ทุกสำนัก/ กอง

๓) กลยุทธ์/ แนวทางการพัฒนา

- ๑) พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๒) พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- ๓) พัฒนาวัตถุกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๔) การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน
- ๕) การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

๔) แผนงาน/ โครงการสำคัญ

- ๑) แผนงานดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๒) แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

๓. แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๓ เรื่อง พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

๑) เป้าหมาย

- ๑) จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ จำนวน ๑๕ องค์กร
- ๒) ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา ร้อยละ ๕๐

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๑	จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา	- บุคลากรจาก ๗๖ จังหวัด - บุคลากรจาก อปท. ๑๕๐ แห่ง	สปจ.
๒	ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติในส่วนภูมิภาค	๖๐	สปจ.
๓	*ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบในส่วนภูมิภาค	๑๐	สปจ.
๔	ร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	๒๐	สปจ.
๕	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.	๓๐	กกค./ กคณ./ กคส./ กคชม./ กคต./ สปจ./ กผป./ สผพ.

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๖	ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	๕	กผป./ สผพ.
๗	จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค	๑๕	กผป./ สปจ.
๘	จำนวนผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านการอบรม	๑๐๐	กผป.

- ๓) กลยุทธ์/ แนวทางการพัฒนา
- ๑) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
 - ๒) พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
 - ๓) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค
 - ๔) พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

- ๔) แผนงาน/ โครงการสำคัญ
- ๑) แผนงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค
 - ๒) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

๔. แผนปฏิบัติราชการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๔ เรื่อง พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

- ๑) เป้าหมาย
- ๑) ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ ร้อยละ ๙๐
 - ๒) ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร ร้อยละ ๗๕

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๑	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ	๙๐	กพบ.
๒	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน	๗๕	สผพ./ กพบ.

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๓	ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑)	๘๐	ศูนย์ ๑๑๖๖
๔	ร้อยละความสำเร็จของแผนพัฒนารายบุคคล (IDP)	๘๐	สกก.
๕	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามกระบวนการดำเนินงานด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	๘๕	สกก.
๖	ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๕	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง
๗	ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี	๙๐	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง
๘	ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง)	๕	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง

๓) กลยุทธ์/ แนวทางการพัฒนา

- ๑) พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)
- ๒) พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ
- ๓) พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ
- ๔) การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค
- ๕) การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี

๔) แผนงาน/ โครงการสำคัญ

- ๑) แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ
- ๒) แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคล
- ๓) แผนงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

แผนงานภายใต้แผนปฏิรูปราชการของ สคบ. ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕

แผนงานภายใต้แผนปฏิรูปราชการของ สคบ. ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕ และเป้าหมายสำคัญของแต่ละแผนงานแยกตามรายประเด็น (ยุทธศาสตร์)

● ประเด็นที่ (ยุทธศาสตร์) ๑ เรื่อง การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ๓ แผนงาน ดังนี้

๑) แผนงานพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

- (๑) สคบ. เป็นศูนย์กลางข้อมูลกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
- (๒) แผนพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเท่าทันปัจจุบัน เกิดผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม

๒) แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

- (๑) สคบ. เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร/ การแจ้งเตือนภัยระดับประเทศ
- (๒) เกิดการบูรณาการการตรวจสอบพฤติการณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ (หน่วยงานภายใน สคบ.) โดยใช้ทรัพยากร (คนและเงิน) ร่วมกันให้เกิดประสิทธิภาพและความคุ้มค่า

๓) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

- (๑) สคบ. มีมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ
- (๒) มีการถอดบทเรียน (งานวิจัย/บทความ) เพื่อใช้อ้างอิงหรือประกอบการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศ
- (๓) บุคลากร สคบ. มีความสามารถเพียงพอต่อการเจรจาไกล่เกลี่ยกับผู้ร้องชาวต่างชาติได้

● ประเด็นที่ (ยุทธศาสตร์) ๒ เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ๒ แผนงาน ดังนี้

๑) แผนงานดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

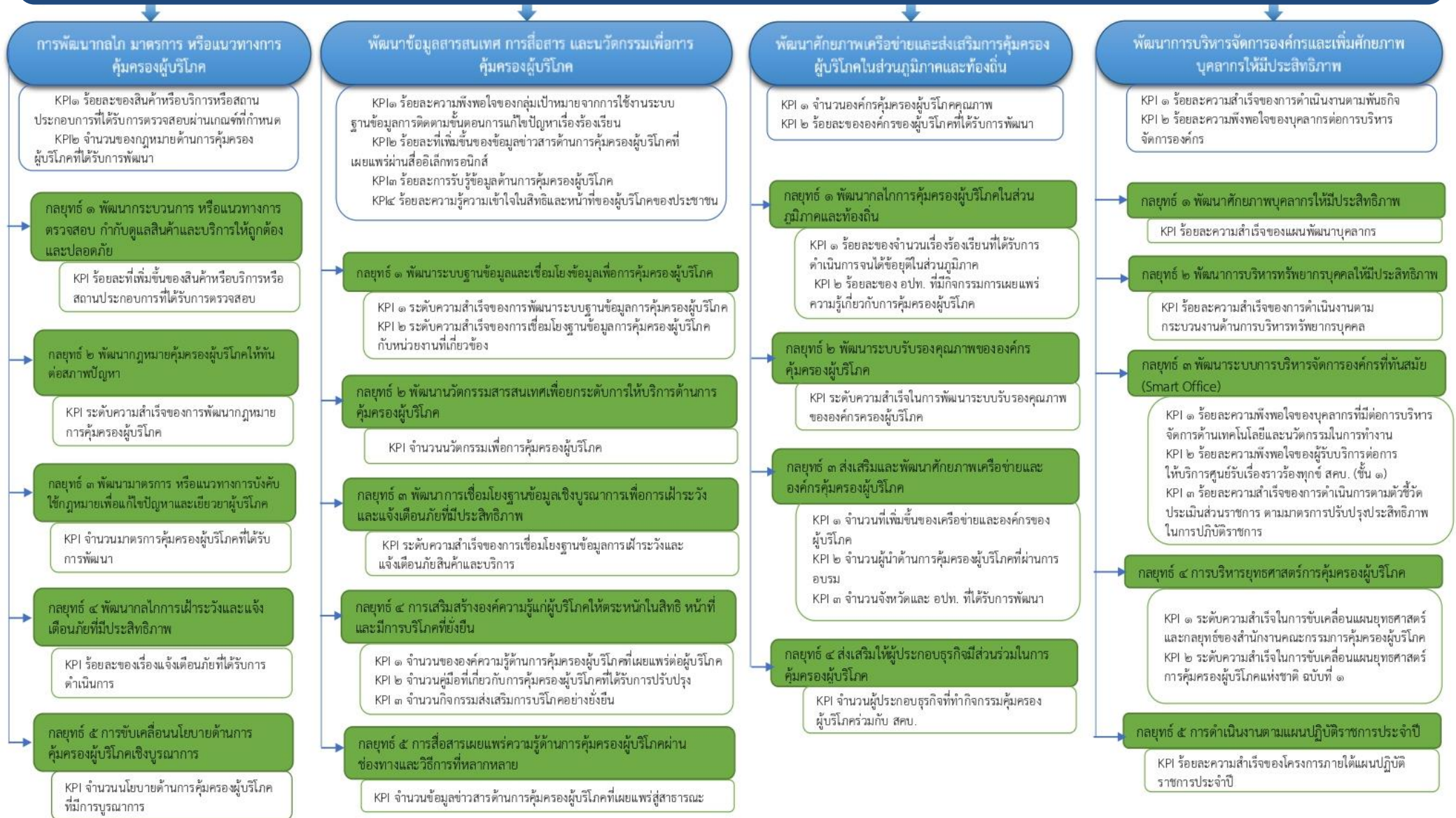
- (๑) สคบ. เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของไทย
- (๒) การบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการประชาชน

๒) แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

- (๑) สคบ. เป็นศูนย์กลางข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของไทย
- (๒) แผนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ครอบคลุมทั้งในประเทศและอาเซียน

- ประเด็นที่ (ยุทธศาสตร์) ๓ เรื่อง พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ประกอบด้วย ๒ แผนงาน ดังนี้
 - ๑) แผนงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้
 - (๑) สคบ. มีการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค (ภาครัฐ (MOU/สถานศึกษา), ภาคเอกชน, ภาคประชาสังคม (อสคบ.)) ตามศักยภาพและความเหมาะสม
 - (๒) ส่งเสริมการรวมกลุ่มองค์กรของผู้บริโภคให้ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี
 - ๒) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้
 - (๑) สคบ. ขับเคลื่อนภารกิจคุ้มครองผู้บริโภค (แก้ไขปัญหา/ ประชาสัมพันธ์/ เฝ้าระวังตรวจสอบ) ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นตามศักยภาพและความเหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น
- ประเด็นที่ (ยุทธศาสตร์) ๔ เรื่อง พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย ๓ แผนงาน ดังนี้
 - ๑) แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ โดยมีเป้าหมายของแผนงานดังนี้
 - (๑) สคบ. พัฒนาองค์กรเพื่อให้ได้รับรางวัลองค์กรคุณภาพ หรือได้รับคะแนนรางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐผ่านเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการกำหนด
 - (๒) สคบ. มีการสร้างโครงสร้างใหม่ ควบคู่กับการปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป
 - (๓) สคบ. มีการปรับกระบวนการนำไปสู่ Digital Transformation
 - ๒) แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคล โดยมีเป้าหมายของแผนงานดังนี้
 - บุคลากรของ สคบ. เก่ง – ดี – มีความสุข และอุทิศตนทำประโยชน์เพื่อสังคม
 - ๓) แผนงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงานดังนี้
 - (๑) สคบ. มีการขับเคลื่อนภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในระดับประเทศและระดับองค์กร
 - (๒) สคบ. มีการวางแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนปฏิบัติการที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

แผนผังสรุปตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการ ราชปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

รอบ ๖ เดือน (๑ ตุลาคม ๒๕๖๔ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๕)

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
(ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๑ เรื่อง การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค								
ตัวชี้วัดระดับ ยุทธศาสตร์	ร้อยละของสินค้าหรือ บริการหรือสถาน ประกอบการที่รับ การตรวจสอบผ่าน เกณฑ์ที่กำหนด	๘๐	๔๐	๘๙.๑๒	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	ดำเนินงานในลักษณะ ภารกิจประจำ	อยู่ระหว่างดำเนินการ ติดตามตรวจสอบพฤติกรรม ของผู้ประกอบธุรกิจด้านต่าง ๆ ได้แก่ การโฆษณา ผู้ผลิต ผู้ส่ง หรือนำเข้าและผู้จำหน่ายสินค้า และบริการ การตรวจสอบธุรกิจ ที่ควบคุมสัญญาและหลักฐาน การรับเงิน และผู้ประกอบการ ขายตรงและตลาดแบบตรง	สินค้าหรือบริการหรือสถาน ประกอบการที่ได้รับการ ตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ ๘๙.๑๒
	จำนวนของกฎหมาย ด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่ได้รับการ พัฒนา	๕	๓	๑	☐ บรรลุผล ☒ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	การพัฒนากฎหมายที่ สำคัญ และเป็นไปตาม แผนพัฒนากฎหมายของ สคบ. พ.ศ. ๒๕๖๕ ซึ่งมี การดำเนินโครงการภายใต้ แผนฯ แล้วเสร็จ ๑ โครงการ ดังนี้ โครงการทบทวน กฎกระทรวงการวาง หลักประกันการประกอบ	กฎกระทรวงการวางหลักประกัน การประกอบธุรกิจขายตรงและ ตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๖๑ ได้	กฎกระทรวงการวางหลักประกัน การประกอบธุรกิจขายตรงและ ตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๖๑

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						ธุรกิจขายตรงและตลาด แบบตรง พ.ศ. ๒๕๖๑	ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ และมีการบังคับใช้ถึง ปัจจุบันเป็นระยะเวลาใกล้เคียง กำหนด ๓ ปี ตามบทบัญญัติ มาตรา ๓๘/๕ วรรค ๒ แห่ง พระราชบัญญัติขายตรงและ ตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ จึงจัดให้มีการทบทวนด้วย วิธีการรับฟังความคิดเห็นของ ผู้เกี่ยวข้อง ในรูปแบบการตอบ แบบสำรวจผ่านสื่อออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมรวมทั้งสิ้น ๑๐๑ คน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ ๑๑ คน, ประชาชน ๕๒ คน, เจ้าหน้าที่รัฐ ๓๘ คน สํารวจระหว่างวันที่ ๑ – ๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๕ (ไม่ใช้งบประมาณ)	ได้รับการทบทวนให้เท่าทันต่อ สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปใน ปัจจุบัน
กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนา กระบวนการ หรือแนวทาง	ตัวชี้วัด ๑.๑.๑ ร้อยละ ที่เพิ่มขึ้นของสินค้า หรือบริการหรือสถาน	๑๐	๖	๑๙.๒๐	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเพิ่มศักยภาพใน การดำเนินงานเกี่ยวกับ การประกอบธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรง	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ โดย เป็นการติดตามตรวจสอบ พฤติกรรมของผู้ประกอบการ ด้านต่าง ๆ ได้แก่ การโฆษณา	การติดตามตรวจสอบสินค้าหรือ บริการหรือสถานประกอบการ เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๒๐

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
การตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้า และบริการให้ ถูกต้องและ ปลอดภัย	ประกอบการที่ได้รับ การตรวจสอบ					โครงการเพิ่มศักยภาพการ ปฏิบัติงานรับเรื่องราว ร้องทุกข์ และเฝ้าระวัง ตรวจสอบโฆษณาทางสื่อ ต่าง ๆ โครงการเพิ่มศักยภาพการ ปฏิบัติงานเฝ้าระวังและ พิสูจน์สินค้าและบริการที่ ไม่ปลอดภัย	ผู้ผลิต ผู้ส่งหรือนำเข้าและผู้ จำหน่ายสินค้าและบริการ การ ตรวจสอบธุรกิจที่ควบคุมสัญญา และหลักฐานการรับเงิน และผู้ ประกอบธุรกิจขายตรงและ ตลาดแบบตรง	
กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนากฎหมาย คุ้มครอง ผู้บริโภคให้ทัน ต่อสภาพปัญหา	ตัวชี้วัด ๑.๒.๑ ระดับ ความสำเร็จของการ พัฒนากฎหมายการ คุ้มครองผู้บริโภค	๕	๓	๔	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	แผนพัฒนากฎหมายของ สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๕ โดยมีการดำเนิน โครงการประชุมเชิง ปฏิบัติการเพื่อจัดทำ แผนพัฒนากฎหมายของ สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๕	เมื่อวันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๖๔ กองกฎหมายและคดี ได้จัด ประชุมพิจารณากำหนด กฎหมายที่จะทบทวน แก้ไข ปรับปรุง ยกเลิก รวมถึงที่จะ จัดทำขึ้นใหม่ ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ และเมื่อวันที่ ๑๙ ตุลาคม ๒๕๖๔ เลขานุการ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เห็นชอบแผนพัฒนากฎหมาย ฯ จากนั้นกองกฎหมายและคดีได้ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์	การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ แผนพัฒนากฎหมายของ สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๕

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
							แผนพัฒนากฎหมายประจำปี ๒๕๖๕ ลงในเว็บไซต์ สคบ. ใน วันที่ ๒๖ ตุลาคม ๒๕๖๔ และ เมื่อวันที่ ๑๑ มกราคม ๒๕๖๕ กองกฎหมายและคดีได้มีหนังสือ แจ้งเวียนแผนพัฒนากฎหมาย ของ สคบ. ให้กองต่าง ๆ ทราบ	
กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนามาตรการ หรือแนวทาง การบังคับใช้ กฎหมายเพื่อ แก้ไขปัญหาและ เยียวยาผู้บริโภค	ตัวชี้วัด ๑.๓.๑ จำนวนมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคที่ ได้รับการพัฒนา	๘	๒	๗๑	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	การดำเนินโครงการตาม แผนพัฒนากฎหมายของ สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๕ มีโครงการแล้ว เสร็จเป็นไปตามแผนที่ กำหนด จำนวน ๑ โครงการ คือ โครงการ ทบทวน กฎกระทรวงการ วางหลักประกันการ ประกอบธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๖๑ การจัดทำประกาศ/คำสั่ง/ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการ	รายละเอียดตามตัวชี้วัด ระดับ ยุทธศาสตร์ จำนวนของ กฎหมายด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา	๑) กฎกระทรวงการวาง หลักประกันการประกอบธุรกิจ ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๖๑ ๑) ระเบียบคณะกรรมการขาย ตรงและตลาดแบบตรงว่าด้วย

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						พัฒนามาตรการคุ้มครอง ผู้บริโภค	พัฒนามาตรการคุ้มครอง ผู้บริโภค เป็นการดำเนินงานโดย ไม่ใช้งบประมาณ	การเปิดบัญชีเงินฝากและการ เบิกจ่ายเงินจากบัญชีเงินฝาก สำหรับหลักประกันที่เป็นเงินสด พ.ศ. ๒๕๖๔ ๒) ประกาศคณะกรรมการขาย ตรงและตลาดแบบตรงว่าด้วย การสอบหาข้อเท็จจริงกรณี ผู้บริโภคได้รับความเสียหายจาก การกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจ ตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๖๔ ๓) คำสั่งคณะกรรมการว่าด้วย ความปลอดภัยของสินค้าและ บริการ จำนวน ๕๔ คำสั่ง ๔) คำสั่งคณะกรรมการว่าด้วย ฉลาก จำนวน ๑๔ คำสั่ง
						โครงการเพิ่มศักยภาพการ ปฏิบัติงานกฎหมาย และคดี	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ โดย ดำเนินงานในลักษณะภารกิจ ประจำ	-
	ตัวชี้วัด ๑.๓.๒ ร้อยละ ของจำนวนเรื่อง ร้องเรียนที่ได้รับการ	๖๐	๓๐	๕๗.๖๔	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเพิ่มศักยภาพใน การดำเนินงานเกี่ยวกับ การประกอบธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรง	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ โดย ดำเนินงานในลักษณะงาน ประจำ	กคส./ กคฆ./ ศคพ./ กคณ./ กคต./ สปจ. และ ส่วน ตปท. ได้ ดำเนินการแก้ไขปัญหาจนได้ข้อ ยุติเรื่องร้องทุกข์ ในรอบ ๖

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
	แก้ไขปัญหาจนได้ข้อ ยุติ					โครงการเพิ่มศักยภาพการ ดำเนินการแก้ไขปัญหา เรื่องร้องเรียนด้าน อสังหาริมทรัพย์ โครงการเพิ่มศักยภาพใน การจัดการปัญหาด้าน สินค้าและบริการ โครงการเพิ่มศักยภาพการ ปฏิบัติงานรับเรื่องราวร้อง ทุกข์ และเฝ้าระวัง ตรวจสอบโฆษณาทางสื่อ ต่าง ๆ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานสำนักแผน และการพัฒนาการ คุ้มครองผู้บริโภค (ส่วน ตปท.)		เดือน ปิงปประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๓๖ และในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ คิดเป็นร้อยละ ๗๕.๙๑ ดังนั้น เฉลี่ยแล้วจำนวนเรื่อง ร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขปัญห าจนได้ข้อยุติคิดเป็นร้อยละ ๕๗.๖๔
กลยุทธ์ที่ ๔ พัฒนากลไกการ เฝ้าระวังและ แจ้งเตือนภัยที่มี ประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด ๑.๔.๑ ร้อยละ ของเรื่องแจ้งเตือนภัย ที่ได้รับการดำเนินการ	๗๐	๕๐	๑๐๐	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเพิ่มศักยภาพการ ปฏิบัติงานเฝ้าระวังและ พิสูจน์สินค้าและบริการที่ ไม่ปลอดภัย	กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ฝ่ายเฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้า และบริการได้จัดทำข้อมูลการ แจ้งเตือนภัยสินค้าที่อาจไม่ ปลอดภัยแก่ผู้บริโภคและ	ข้อมูลเตือนภัยสินค้าที่อาจ ก่อให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
							เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวลง เว็บไซต์แจ้งเตือนภัยผู้บริโภค (Thailand Consumer Alert System) ของ สคบ. แล้วเสร็จ จำนวน ๒๘๐ เรื่อง (จากจำนวน ทั้งสิ้น ๒๘๐ เรื่อง) คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐	
						โครงการตรวจสอบพิสูจน์ สินค้าและบริการที่อาจ เป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค - กิจกรรมสัมมนาให้ ความรู้ตาม พระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ การคุ้มครอง ผู้บริโภคด้านความ ปลอดภัย (กลุ่มผู้ประกอบการ ธุรกิจด้านยานยนต์)	กิจกรรมสัมมนาฯ เป็นการ ดำเนินการผ่านการประชุม ทางไกลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Video Conference) เมื่อวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๔ ณ สคบ. โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (๑) การ อภิปรายหัวข้อ “การคุ้มครอง ผู้บริโภคด้านความปลอดภัย” (๒) การแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการ ธุรกิจด้านยานยนต์ เพื่อรับฟัง ปัญหา และความคิดเห็นจาก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อจัดทำ มาตรการในการป้องกันหรือทำ ให้ความเสี่ยงต่ออันตรายอัน เนื่องมาจากบริการนั้นหมดสิ้น ไป ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจเข้าร่วม	กิจกรรมสัมมนาฯ มีผลผลิตของ กิจกรรมคือ มีการกำหนด มาตรการควบคุมดูแลการจัด จำหน่ายสินค้าและบริการให้ เป็นไปตามกฎหมายที่กำหนด และมีการบูรณาการร่วมกับผู้ ประกอบธุรกิจในการป้องกัน หรือทำให้ความเสี่ยงต่ออันตราย อันเนื่องมาจากสินค้าหรือบริการ หมดสิ้นไป โดยมีผลลัพธ์ของ กิจกรรมคือ ผู้ประกอบธุรกิจ ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ พระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ และเกิดความตื่นตัวใน การพัฒนาคุณภาพและ

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
							จำนวน ๑๒ บริษัท (จำนวน ๖๘ คน) และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายตาม พ.ร.บ. ดังกล่าว ร้อยละ ๗๐ โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น ๙,๑๗๕ บาท	มาตรฐานสินค้าและบริการมากขึ้น
กลยุทธ์ที่ ๕ การขับเคลื่อน นโยบายด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค เชิงบูรณาการ	ตัวชี้วัด ๑.๕.๑ จำนวนนโยบายด้าน การคุ้มครองผู้บริโภค ที่มีการบูรณาการ	๑	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕	สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนโครงการสำคัญภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ณ โรงแรม ทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ เพื่อชี้แจง (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์ฯ และจัดทำรายละเอียดตัวชี้วัดและโครงการ/กิจกรรมสำคัญร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการยก (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์ฯ ต่อไป ทั้งนี้ ได้ใช้งบประมาณไปทั้งสิ้น ๔๕,๗๐๐ บาท	กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการฯ มีผลผลิตคือ (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) รวมทั้งตัวชี้วัดและโครงการ/กิจกรรมสำคัญภายใต้ร่างแผนยุทธศาสตร์ฯ และผลลัพธ์คือ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) มีความครบถ้วนสมบูรณ์ โดยการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
(ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๒ เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค								
ตัวชี้วัดระดับ ยุทธศาสตร์	ร้อยละความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมายจาก การใช้งานระบบ ฐานข้อมูลการติดตาม ขั้นตอนการแก้ไข ปัญหาเรื่องร้องเรียน	๘๐	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	ดำเนินงานในลักษณะงาน ประจำ	อยู่ระหว่างสำรวจข้อมูลความพึง พอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการ ใช้งานระบบฐานข้อมูลการ ติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหา เรื่องร้องเรียน	-
	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของ ข้อมูลข่าวสารด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคที่ เผยแพร่ผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	๑๐	๔	๕.๓๕	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	ดำเนินงานในลักษณะงาน ประจำ	เป็นการดำเนินงานในลักษณะ งานประจำ ซึ่งปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน กอง เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ได้มี การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้าน การคุ้มครองผู้บริโภคผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ไปแล้วทั้งสิ้น ๑,๔๕๔ ข้อมูล	ผลผลิต : ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ รอบ ๖ เดือน ผลิตองค์ ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้ จำนวน ๑,๔๕๔ เรื่อง ผลลัพธ์: องค์ความรู้ที่ผลิตได้ถูก เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ต่าง ๆ ของ สคบ.
	ร้อยละการรับรู้ข้อมูล ด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคของ ประชาชน	๘๐	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	ดำเนินงานในลักษณะงาน ประจำ	อยู่ระหว่างทบทวนแบบสอบถามแก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสถานศึกษา และประชาชน	-
	ร้อยละความรู้ความ เข้าใจในสิทธิและ หน้าที่ของผู้บริโภค	๘๐	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	ดำเนินงานในลักษณะงาน ประจำ	อยู่ระหว่างทบทวนแบบสอบถามแก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสถานศึกษา และประชาชน	-

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบ ฐานข้อมูลและ เชื่อมโยงข้อมูล เพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค	ตัวชี้วัด ๒.๑.๑ ระดับ ความสำเร็จของการ พัฒนาระบบ ฐานข้อมูลการ คุ้มครองผู้บริโภค	๕	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	โครงการจัดทำฐานข้อมูล ด้านกฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภค	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	-
	ตัวชี้วัด ๒.๑.๒ ระดับ ความสำเร็จของการ เชื่อมโยงฐานข้อมูล การคุ้มครองผู้บริโภค กับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง	๕	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	โครงการพัฒนาระบบ ดิจิทัลการให้บริการ เชื่อมโยงและบริหาร จัดการข้อมูลการคุ้มครอง ผู้บริโภค	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	-
กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนา นวัตกรรม สารสนเทศเพื่อ ยกระดับการ ให้บริการด้าน การคุ้มครอง ผู้บริโภค	ตัวชี้วัด ๒.๒.๑ จำนวนนวัตกรรมเพื่อ การคุ้มครองผู้บริโภค	๑	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	โครงการพัฒนาระบบ ดิจิทัลการให้บริการ เชื่อมโยงและบริหาร จัดการข้อมูลการคุ้มครอง ผู้บริโภค	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	-
กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาการ เชื่อมโยง ฐานข้อมูลเชิง	ตัวชี้วัด ๒.๓.๑ ระดับ ความสำเร็จของการ เชื่อมโยงฐานข้อมูล การเฝ้าระวังและแจ้ง	๕	N/A	N/A	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	-	อยู่ระหว่างหารือเพื่อหาแนว ทางการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการ เฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้า และบริการร่วมกัน	-

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
บูรณาการเพื่อ การเฝ้าระวัง และแจ้งเตือน ภัยที่มี ประสิทธิภาพ	เตือนภัยสินค้าและ บริการ							
กลยุทธ์ที่ ๔ การเสริมสร้าง องค์ความรู้แก่ ผู้บริโภคให้ ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมี การบริโภคที่ ยั่งยืน	ตัวชี้วัด ๒.๔.๑ จำนวนองค์ความรู้ ด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่เผยแพร่ต่อ ผู้บริโภค	๑๐๐	๖๐	๑๘๕	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเพิ่มศักยภาพการ ปฏิบัติงานเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์	ดำเนินงานผลิตและเผยแพร่องค์ ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในกองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งปัจจุบันได้มี การเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคไปแล้วทั้งสิ้น ๑๘๕ ข้อมูล	ผลผลิต: กองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์สามารถผลิต ข่าวสารด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค จำนวน ๑๒๔ ชิ้น Infographic ๓๒ เรื่อง และ บทความด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๙ เรื่อง ผลลัพธ์: ประชาชนมีองค์ความรู้ ในการปกป้องสิทธิของตนเอง จากการถูกละเมิดสิทธิ
	ตัวชี้วัด ๒.๔.๒ จำนวนคู่มือที่เกี่ยวข้อง การคุ้มครองผู้บริโภค ที่ได้รับการปรับปรุง	๕	๑	-	☐ บรรลุผล ☒ ไม่ บรรลุผล ☐ N/A	ดำเนินงานในลักษณะ ภารกิจประจำ	อยู่ระหว่างดำเนินการจัดทำ เนื้อหาคู่มือด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค จำนวน ๕ เรื่อง ดำเนินงานโดยไม่ใช้งบประมาณ ดังนี้ ๑. คู่มือ อสคบ. ๒. คู่มือรถยนต์ใช้แล้ว	-

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
							๓. คู่มือการวางหลักประกันการ ประกอบธุรกิจขายตรงและการ ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ๔. คู่มือการจัดทำและการดู ฉลากสินค้า ๕. คู่มือการใช้ชีวิตในโลก ออนไลน์อย่างมีคุณภาพ	
	ตัวชี้วัด ๒.๔.๓ จำนวนกิจกรรม ส่งเสริมการบริโภค อย่างยั่งยืน	๑๐	๕	๓	☐ บรรลุผล ☒ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ด้านการ คัดกรองผู้บริโภค ระดับประเทศ ประกอบด้วย ๒ กิจกรรม แล้วเสร็จ ดังนี้ ๑. กิจกรรมรณรงค์เพื่อ ผู้บริโภครุ่นใหม่ ปรับ แนวคิด ก้าวทันโลก	กิจกรรมรณรงค์เพื่อผู้บริโภครุ่นใหม่ ปรับแนวคิด ก้าวทันโลก เป็นการจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักศึกษา และเครือข่ายภาคประชาชน โดยให้ผู้เข้าร่วมมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น ๗,๑๘๐ บาท	ผลผลิต: ผู้เข้าร่วมโครงการ ได้รับความรู้ความเข้าใจและ แนวทางปฏิบัติที่ถูกต้อง กรณี ถูกละเมิดสิทธิด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค ผลลัพธ์: ผู้เข้าร่วมโครงการเกิด ความตระหนักรู้และได้รับข้อมูล ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเลือกซื้อ สินค้าและบริการ

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						๒. กิจกรรมเสริมสร้างและ ยกระดับมาตรฐานการ คุ้มครองผู้บริโภค	กิจกรรมเสริมสร้างและยกระดับ มาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นการจัดอบรมให้ความรู้ข้อ กฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครอง ผู้บริโภคและจัดทดสอบความรู้ ผู้เข้าร่วมอบรม กลุ่มเป้าหมาย คือเครือข่ายภาครัฐ ภาคประชา สังคม จำนวน ๒ ครั้ง โดยใช้ งบประมาณ ๒๓,๐๐๐ บาท ดังนี้ ครั้งที่ ๑ วันที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ โดยมีจำนวน ผู้เข้าร่วมออนไลน์ ๑๕๐ คน และมีจำนวนผู้ผ่านการทดสอบ ๗๘ คน และครั้งที่ ๒ วันที่ ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๕ โดยมีจำนวน ผู้เข้าร่วมออนไลน์ ๗๐ ราย และ มีจำนวนผู้ผ่านการทดสอบ ๒๓ ราย	เครือข่ายภาครัฐและภาคประชา สังคมได้รับความรู้ข้อกฎหมายที่ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						โครงการตรวจสอบพิสูจน์ สินค้าและบริการที่อาจ เป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค - กิจกรรมสัมมนาให้ ความรู้ตาม พระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ การคุ้มครอง ผู้บริโภคด้านความ ปลอดภัย (กลุ่มผู้ประกอบการ ธุรกิจด้านยานยนต์)	รายละเอียดตามตัวชี้วัด ๑.๔.๑ ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ ได้รับการดำเนินการ	-
กลยุทธ์ที่ ๕ การสื่อสาร เผยแพร่ความรู้ ด้านการ คุ้มครอง ผู้บริโภคผ่าน ช่องทางและ วิธีการที่ หลากหลาย	ตัวชี้วัด ๒.๕.๑ จำนวนข้อมูลข่าวสาร ด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่ สาธารณะ	๑๒๐	๖๐	๑๘๙	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเพิ่มศักยภาพการ ปฏิบัติงานเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารสู่สาธารณะรวมทั้งสิ้น ๑๘๙ ข้อมูล
						โครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ ประกอบด้วย ๕ กิจกรรม ดังนี้		

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						๑. กิจกรรมรณรงค์เพื่อ ผู้บริโภครุ่นใหม่ ปรับ แนวคิด ก้าวทันโลก	รายละเอียดตามตัวชี้วัด ๒.๔.๓ จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการ บริโภคอย่างยั่งยืน	-
						๒. กิจกรรมการจัดงานวัน คุ้มครองผู้บริโภคไทย ๒๕๖๕	อยู่ระหว่างดำเนินกิจกรรม	-
						๓. กิจกรรมการสร้างความรู้ ร่วมมือการคุ้มครอง ผู้บริโภคของภาคีเครือข่าย ภาครัฐ ภาคเอกชนและ ภาคประชาสังคม	อยู่ระหว่างดำเนินกิจกรรม	-
						๔. กิจกรรมเสริมสร้างและ ยกระดับมาตรฐานการ คุ้มครองผู้บริโภค	รายละเอียดตามตัวชี้วัด ๒.๔.๓ จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการ บริโภคอย่างยั่งยืน	-
						๕. กิจกรรมการประเมิน องค์กรผู้บริโภคคุณภาพ	อยู่ระหว่างดำเนินกิจกรรม	-

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
(ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๓ เรื่อง พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น								
ตัวชี้วัดระดับ ยุทธศาสตร์	จำนวนองค์กร คุ้มครองผู้บริโภค คุณภาพ	๑๕	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	โครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ - กิจกรรมการประเมิน องค์กรผู้บริโภคคุณภาพ	อยู่ระหว่างดำเนินกิจกรรม	-
	ร้อยละขององค์กรของ ผู้บริโภคที่ได้รับการ พัฒนา	๕๐	-	๔๙.๐๔	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ - กิจกรรมเสริมสร้างและ ยกระดับมาตรฐานการ คุ้มครองผู้บริโภค	- กิจกรรมเสริมสร้างและ ยกระดับมาตรฐานการคุ้มครอง ผู้บริโภคเป็นการจัดอบรมให้ ความรู้ข้อกฎหมายที่เกี่ยวกับ การคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๒ ครั้ง ได้แก่ วันที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ และวันที่ ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๕ มีจำนวนองค์กรที่เข้า ร่วม ๖ องค์กร	เครือข่ายภาครัฐและภาคประชา สังคมได้รับความรู้ข้อกฎหมายที่ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						- การจัดส่งข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ภาคีเครือข่าย	- การจัดส่งข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ภาคีเครือข่าย จำนวน ๕ ครั้ง โดยส่งให้ครั้งละ ๗๕๐ แห่ง จำนวน ๒๒ เรื่อง	ภาคีเครือข่ายที่ได้รับการพัฒนาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคคิดเป็นร้อยละ ๔๙.๐๔
กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนากลไกการ คุ้มครอง ผู้บริโภคในส่วน ภูมิภาคและ ท้องถิ่น	ตัวชี้วัด ๓.๑.๑ ร้อยละ ของจำนวนเรื่อง ร้องเรียนที่ได้รับการ ดำเนินการจนได้ข้อยุติ ในส่วนภูมิภาค	๖๐	๓๐	๔๔.๗๗	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	กิจกรรมจ้างเหมาบุคลากรปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำ ๗๖ จังหวัด	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	จำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ๘๒๒ เรื่อง สามารถยุติได้ ๓๖๘ เรื่อง คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๗๗
						กิจกรรมการเอนกประสงค์รบบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค		
						กิจกรรมจัดจ้างบุคลากรปฏิบัติงานประจำเขต ๑-๙ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด		

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						กิจกรรมจัดจ้างบุคลากร ปฏิบัติงานส่วนกลาง เพื่อ สนับสนุนการดำเนินงาน ของสำนักประสานและ ส่งเสริมการคุ้มครอง ผู้บริโภคจังหวัด		
	ตัวชี้วัด ๓.๑.๒ ร้อยละ ที่เพิ่มขึ้นของสินค้า หรือบริการหรือสถาน ประกอบการที่ได้รับ การตรวจสอบในส่วน ภูมิภาค	๑๐	๕	-๕๘.๗๖	☐ บรรลุผล ☒ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	กิจกรรมจ้างเหมาบุคลากร ปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุน การดำเนินงานของ คณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำ ๗๖ จังหวัด กิจกรรมจัดจ้างบุคลากร ปฏิบัติงานประจำเขต ๑-๙ เพื่อสนับสนุนการ ดำเนินงานของสำนัก ประสานและส่งเสริมการ คุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด กิจกรรมจัดจ้างบุคลากร ปฏิบัติงานส่วนกลาง เพื่อ สนับสนุนการดำเนินงาน ของสำนักประสานและ	การตรวจสอบสินค้าหรือบริการ หรือสถานประกอบการในส่วน ภูมิภาค ปี ๒๕๖๕ รอบ ๖ เดือน จำนวน ๖๕๒ ราย โดยใน ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ มี การตรวจสอบสินค้าหรือบริการ หรือสถานประกอบการในส่วน ภูมิภาค จำนวน ๑,๕๘๑ ราย ดังนั้น คิดเป็นร้อยละที่เพิ่มขึ้น เท่ากับ -๕๘.๗๖	สินค้าหรือบริการหรือสถาน ประกอบการที่ได้รับการ ตรวจสอบในส่วนภูมิภาค

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						ส่งเสริมการคุ้มครอง ผู้บริโภคจังหวัด		
	ตัวชี้วัด ๓.๑.๓ ร้อยละ ขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ มีกิจกรรมการเผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับการ คุ้มครองผู้บริโภค	๒๐	๑๐	๕๑.๗๙	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	กิจกรรมการเอนจัดสรร งบประมาณเพื่อสนับสนุน การดำเนินงานด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคในส่วน ภูมิภาค	โดยได้ดำเนินการสำรวจการ ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของ อปท. ผ่านระบบออนไลน์ Google	พบว่า มี อปท.ที่มีการจัด กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ๑๐๑ แห่ง
	ตัวชี้วัด ๓.๓.๔ จำนวนจังหวัดและ องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น (อปท.) ที่ ได้รับการพัฒนา	บุคลากรจาก ๗๖ จังหวัด/ อปท. ๑๕๐ แห่ง	บุคลากรจาก ๓๘ จังหวัด/ อปท. ๗๕ แห่ง	บุคลากรจาก ๗๖ จังหวัด/ อปท. ๒๙ แห่ง	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการพัฒนาการ ปฏิบัติงานคุ้มครอง ผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น	การดำเนินการสัมมนาให้ความรู้ เพื่อให้บุคลากรมีความพร้อมใน การขับเคลื่อนงานคุ้มครอง ผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและ ท้องถิ่น ในรูปแบบออนไลน์ เมื่อ วันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์. - ๑ มีนาคม ๒๕๖๕ ณ สคบ.	บุคลากรมีความพร้อมในการ ขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น คิด เป็นร้อยละของผู้เข้าร่วม โครงการ ๙๗.๓๖ และมีการทำ แบบทดสอบเพื่อวัดความรู้ความ เข้าใจ พบว่า ผู้ผ่านเกณฑ์มี ค่าเฉลี่ยของคะแนนเท่ากับ ๒๑.๒๖ คิดเป็นร้อยละ ๗๐ ของ ค่าเป้าหมายที่กำหนดไว้
กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบ รับรองคุณภาพ ขององค์กร	ตัวชี้วัด ๓.๒.๑ ระดับ ความสำเร็จในการ พัฒนาระบบรับรอง คุณภาพขององค์กร คุ้มครองผู้บริโภค	๕	๓	๕	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ		

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
คุ้มครอง ผู้บริโภค						- กิจกรรมการประเมิน องค์กรผู้บริโภคคุณภาพ	กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ได้จัดทำเกณฑ์การประเมิน องค์กรผู้บริโภคคุณภาพ โดย คะแนนที่กำหนดต้องได้ตาม เกณฑ์คุณภาพ องค์กรผู้บริโภค ถึงจะได้รับการรับรอง ซึ่งแบ่ง คะแนนการประเมินเป็นระดับ มาตรฐาน, ระดับดีเด่น และ ระดับยอดเยี่ยม ทั้งนี้ ได้เสนอให้ ลคบ. เห็นชอบในหลักเกณฑ์ เรียบร้อยแล้ว	เกณฑ์การประเมินองค์กร ผู้บริโภคคุณภาพมีประสิทธิภาพ และสามารถรับรองคุณภาพของ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่าง เที่ยงตรงและเป็นธรรม
กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมและ พัฒนาศักยภาพ เครือข่ายและ องค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภค	ตัวชี้วัด ๓.๓.๑ จำนวนที่เพิ่มขึ้นของ เครือข่ายและองค์กร ของผู้บริโภค	๑๕	๕	๔	☐ บรรลุผล ☒ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ - กิจกรรมการสร้างควม ร่วมมือการคุ้มครอง ผู้บริโภคของภาคีเครือข่าย ภาครัฐ ภาคเอกชนและ ภาคประชาสังคม	อยู่ระหว่างดำเนินกิจกรรมการ สร้างความร่วมมือการคุ้มครอง ผู้บริโภคของภาคีเครือข่าย ภาครัฐ ภาคเอกชนและภาค ประชาสังคม ได้ดำเนินการแล้ว เสร็จ ดังนี้	การลงนามบันทึกข้อตกลงความ ร่วมมือด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคและการบูรณงาน คุ้มครองผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
							ครั้งที่ ๑ วันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๖๕ การจัดทำ MOU ร่วมกับสถาบันวิทยาลัยชุมชน มีจำนวนผู้เข้าร่วมออนไลน์ ๓๕ ราย ครั้งที่ ๒ วันที่ ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๕ การจัดทำ MOU กับ สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์ ใช้แล้ว จำนวนผู้เข้าร่วมออนไลน์จำนวน ๕๐ ราย ครั้งที่ ๓ วันที่ ๕ เมษายน ๒๕๖๕ การจัดทำ MOU กับ สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน และสมาคมทิวโฮมซอปปิง (ประเทศไทย) จำนวนผู้เข้าร่วมออนไลน์ ๕๖ ราย โดยใช้งบประมาณ ๒๓,๐๐๐ บาท และครั้งที่ ๔ อยู่ระหว่างดำเนินการ	
	ตัวชี้วัด ๓.๓.๒ จำนวนผู้นำด้านการ	๑๐๐	๖๐	๒๒๐	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล	โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการ		

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
	คุ้มครองผู้บริโภคที่ ผ่านการอบรม				☐ N/A	คุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ - กิจกรรมเสริมสร้างและ ยกระดับมาตรฐานการ คุ้มครองผู้บริโภค	รายละเอียดตามตัวชี้วัด ๒.๔.๓ จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการ บริโภคอย่างยั่งยืน	-
กลยุทธ์ที่ ๔ ส่งเสริมให้ผู้ ประกอบธุรกิจมี ส่วนร่วมในการ คุ้มครอง ผู้บริโภค	ตัวชี้วัด ๓.๔.๑ จำนวนผู้ประกอบการ ธุรกิจที่ทำกิจกรรม คุ้มครองผู้บริโภค ร่วมกับ สคบ.	๓๐	๑๐	๑๗๔	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ - กิจกรรมการสร้างควม ร่วมมือการคุ้มครอง ผู้บริโภคของภาคีเครือข่าย ภาครัฐ ภาคเอกชนและ ภาคประชาสังคม	รายละเอียดตามตัวชี้วัด ๓.๓.๑ จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่าย และองค์กรของผู้บริโภค	-
						โครงการตรวจสอบพิสูจน์ สินค้าและบริการที่อาจ เป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค - กิจกรรมสัมมนาให้ ความรู้ตาม พระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ การคุ้มครอง	รายละเอียดตามตัวชี้วัด ๑.๔.๑ ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ ได้รับการดำเนินการ	-

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						ผู้บริโภครด้านความ ปลอดภัย (กลุ่มผู้ประกอบการ ธุรกิจด้านยานยนต์)		
(ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๔ เรื่อง พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ								
ตัวชี้วัดระดับ ยุทธศาสตร์	ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงาน ตามพันธกิจ	๙๐	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	การดำเนินงานในแต่ละ โครงการที่สอดคล้องกับ ตัวชี้วัดของการดำเนินงาน ตามพันธกิจ	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการที่ เกี่ยวข้อง ซึ่งมีตัวชี้วัดที่ สอดคล้องกับการดำเนินงานตาม พันธกิจ ประกอบด้วย ๖ ตัวชี้วัด ได้แก่ ๑. ตัวชี้วัด จำนวนมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการ พัฒนา ๒. ตัวชี้วัด ร้อยละของเรื่องแจ้ง เตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ ๓. ตัวชี้วัด จำนวนนวัตกรรม เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ๔. ตัวชี้วัด จำนวนข้อมูลข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ เผยแพร่สู่สาธารณะ ๕. ตัวชี้วัด จำนวนจังหวัดและ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา	-

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
							๖. ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จใน การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับ ปรับปรุง)	
	ร้อยละความพึงพอใจ ของบุคลากรต่อการ บริหารจัดการองค์กร	๗๕	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	ดำเนินงานในลักษณะงาน ประจำ	อยู่ระหว่างสำรวจข้อมูลความพึง พอใจของบุคลากรต่อการ บริหารจัดการองค์กร	-
กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาศักยภาพ บุคลากรให้มี ประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด ๔.๑.๑ ร้อยละ ความสำเร็จของ แผนพัฒนาบุคลากร	๘๐	๖๐	๗๕	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการอบรมบุคลากรใน หลักสูตรที่จัดโดย หน่วยงานภายนอก	ดำเนินการจัดส่งบุคลากรเข้ารับ การอบรมในหลักสูตรที่จัดโดย หน่วยงานภายนอกเรียบร้อยแล้ว จำนวน ๗ หลักสูตร ดังนี้ (๑) หลักสูตรประกาศนียบัตร ชั้นสูงการบริหารงานภาครัฐและ กฎหมายมหาชน (ปรม.) รุ่นที่ ๒๑ (นายอุฬาร จิ๋วเจริญ) มีค่าใช้จ่าย จำนวน ๑๒๐,๐๐๐ บาท (๒) หลักสูตรประกาศนียบัตร กฎหมายมหาชน รุ่นที่ ๕๐ (นายประภัทรพงศ์ ชาญชิต)	-

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
							มีค่าใช้จ่าย จำนวน ๒๘,๐๐๐ บาท (๓) หลักสูตรงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล รุ่นที่ ๑๘ มีค่าใช้จ่าย จำนวน ๗,๘๐๐ บาท (๔) หลักสูตรนักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR รุ่นที่ ๑๓ มีค่าใช้จ่าย จำนวน ๕,๙๐๐ บาท (๕) หลักสูตรเจ้าหน้าที่ระดับต้นสำหรับเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ หรือปฏิบัติงาน หรือเทียบเท่า (กรมบัญชีกลาง) (นางสาวรัชนิวรรณ จุฑาจันทร์ นักวิชาการพัสดุปฏิบัติการ) มีค่าใช้จ่ายจำนวน ๒,๖๐๐ บาท (๖) หลักสูตรเจ้าหน้าที่ระดับกลาง สำหรับเจ้าหน้าที่ระดับชำนาญการ หรือชำนาญงาน หรือเทียบเท่า (กรมบัญชีกลาง) (นางชาริณี พันธุ์วรรณะ นักวิชาการพัสดุนำงาน, นางสาวธัญชนก เจริญศรีทวีชัย	

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
							นักวิชาการพัสดุชำนาญการ) มี ค่าใช้จ่ายจำนวน ๕,๘๐๐ บาท (๗) หลักสูตรหัวหน้าเจ้าหน้าที่ ระดับกลาง สำหรับหัวหน้า เจ้าหน้าที่ระดับชำนาญการ พิเศษ หรืออาวุโส หรือเทียบเท่า (กรมบัญชีกลาง) (นางสายสวาท ใจจง นักวิชาการเงินและบัญชี ชำนาญการพิเศษ) มีค่าใช้จ่าย จำนวน ๓,๘๐๐ บาท	
						โครงการพัฒนาบุคลากร ภาครัฐในการปฏิบัติ ราชการตามแผนพัฒนา ทรัพยากรบุคคล โดยมี การดำเนินงานแล้วเสร็จ ดังนี้ (๑) โครงการพัฒนา บุคลากรด้านการมุ่ง ผลสัมฤทธิ์และการส่งเสริม ความเชี่ยวชาญในงาน อาชีพ		

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						- กิจกรรมที่ ๑ พัฒนา ศักยภาพบุคลากรต้นแบบ ด้านการจัดทำสื่อดิจิทัล ระยะที่ ๒) - กิจกรรมที่ ๒ พัฒนา ศักยภาพสืบค้น วิเคราะห์ อาชญากรรมดิจิทัลกับการ คืบครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (๒) โครงการพัฒนา บุคลากรด้านการยึดมั่นใน ความถูกต้องชอบธรรม เสริมสร้าง จริยธรรม และต่อต้านการทุจริต	ดำเนินกิจกรรมระหว่างวันที่ ๒๐ – ๒๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ รูปแบบ : จัดอบรม กลุ่มเป้าหมาย : บุคลากร สคบ. จำนวน ๒๐ คน พื้นที่ดำเนินการ : ห้องประชุม ๑ สคบ. อยู่ระหว่างดำเนินกิจกรรม ระหว่างวันที่ ๒๙ – ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๕ รูปแบบ : จัดอบรม กลุ่มเป้าหมาย : บุคลากร สคบ. จำนวน ๒๐ คน พื้นที่ดำเนินการ : ห้องประชุม ๕ และระบบ Cisco Webex Meetings สคบ.	บุคลากรกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจตามวัตถุประสงค์ ของโครงการฯ ร้อยละ ๘๑ - บุคลากรกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจตามวัตถุประสงค์ ของโครงการฯ ร้อยละ ๘๓.๕๐

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
						โครงการพัฒนาทักษะ ดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐ เพื่อการขับเคลื่อนรัฐบาล ดิจิทัล ระยะที่ ๑ ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ โดยมีการดำเนินงานแล้ว เสร็จ ดังนี้ - กิจกรรมที่ ๑ หลักสูตร Data Governance for Management - กิจกรรมที่ ๒ หลักสูตร PDPA in Practice for Management	บุคลากรของ สคบ. จำนวน ๒๗ คน ฝึกอบรมเมื่อวันที่ ๒๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ โดยใช้ งบประมาณทั้งสิ้น ๕๐,๐๐๐ บาท อยู่ระหว่างดำเนินกิจกรรม	บุคลากรของ สคบ. ตระหนักรู้ และมีทักษะด้านดิจิทัลประเด็น ธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (Data Governance) -
กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาการ บริหาร ทรัพยากรบุคคล ให้มี ประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด ๔.๒.๑ ร้อยละ ความสำเร็จของการ ดำเนินงานตาม กระบวนการด้านการ บริหารทรัพยากร บุคคล	๘๕	๕๐	๕๐	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	โครงการเพิ่มศักยภาพใน การปฏิบัติงานของ สำนักงานเลขานุการกรม	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ โดย เป็นการดำเนินงานในลักษณะ ภารกิจประจำ	-

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาระบบการ บริหารจัดการ องค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)	ตัวชี้วัด ๔.๓.๑ ร้อยละ ความพึงพอใจของ บุคลากรที่มีต่อการ บริหารจัดการด้าน เทคโนโลยีและ นวัตกรรมในการ ทำงาน	๗๕	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานด้านการ พัฒนาระบบบริหาร ราชการและบริหารการ เปลี่ยนแปลงและ นวัตกรรม	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการและ สำรวจข้อมูลความพึงพอใจของ บุคลากรที่มีต่อการบริหาร จัดการด้านเทคโนโลยีและ นวัตกรรมในการทำงาน	-
						โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานด้านการ ตรวจสอบภายใน	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	-
	ตัวชี้วัด ๔.๓.๒ ร้อย ละความพึงพอใจของ ผู้รับบริการต่อการ ให้บริการศูนย์รับ เรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑)	๘๐	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	โครงการบริหารศูนย์รับ เรื่องราวร้องทุกข์ สคบ.	อยู่ระหว่างสำรวจข้อมูลผลความ พึงพอใจของผู้รับบริการต่อการ ให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้อง ทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑)	-
	ตัวชี้วัด ๔.๓.๓ ร้อยละ ความสำเร็จของการ ดำเนินการตามตัวชี้วัด ประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุง ประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติราชการ	๙๐	๕๐	๑๐๐	☒ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☐ N/A	ดำเนินงานในลักษณะงาน ประจำ	ผลผลิต/ ผลลัพธ์ของแผนงาน/ โครงการ/ กิจกรรมภายใต้ แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. ที่ถูก กำหนดให้เป็นตัวชี้วัดประเมิน ส่วนราชการฯ	รายงานการติดตาม ความก้าวหน้าการประเมินส่วน ราชการตามมาตรการปรับปรุง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติ ราชการของส่วนราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๔ ถึงวันที่ ๓๐ กันยายน

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
								๒๕๖๕ (รายงานรอบ ๖ เดือน) สำนักงาน ก.พ.ร. โดยมีผลการ ประเมินคิดเป็นร้อยละ ๑๐๐
กลยุทธ์ที่ ๔ การบริหาร ยุทธศาสตร์การ คุ้มครอง ผู้บริโภค	ตัวชี้วัด ๔.๔.๑ ระดับ ความสำเร็จในการ ขับเคลื่อนแผน ยุทธศาสตร์และกล ยุทธ์ของสำนักงาน คณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค	๕	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	โครงการเพิ่มศักยภาพใน การปฏิบัติงานของ สำนักงานเลขานุการกรม	อยู่ระหว่างดำเนินการขับเคลื่อน แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ สำนัก คุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ สำนัก แผนและการพัฒนาการคุ้มครอง ผู้บริโภคได้ดำเนินกิจกรรมคลินิก ยุทธศาสตร์ภายใต้โครงการ โครงการขับเคลื่อนแผน ยุทธศาสตร์การคุ้มครอง ผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ เพื่อ ขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. และดำเนินการติดตามการ ปฏิบัติการอย่างเป็นประจำ เมื่อวันที่ ๓ และ ๔ มีนาคม ๒๕๖๕ กลุ่มเป้าหมายคือ บุคลากรของ สคบ. จำนวน ๕๑ คน โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น ๑๖,๘๓๙ บาท	การดำเนินกิจกรรมคลินิก ยุทธศาสตร์มีผลผลิตคือ การ กำหนดค่าเป้าหมายแต่ละ ตัวชี้วัดสำหรับการวัดและ ประเมินผลการดำเนินงานตาม แผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. รอบ ๖ เดือน และรอบ ๙ เดือน และการแก้ไข ปัญหาอุปสรรคจากการ ดำเนินงาน รวมทั้ง เรื่องจำเป็น เร่งด่วนที่ต้องดำเนินการ โดยมี ผลลัพธ์จากกิจกรรมฯ คือ การ ติดตามการปฏิบัติการฯ มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การ ดำเนินงานสอดคล้องกับแผน แผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.
						โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานสำนักแผน และการพัฒนาการ คุ้มครองผู้บริโภค		

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๑๒ เดือน)	ค่าเป้าหมาย (รอบ ๖ เดือน)	ผลการ ดำเนินงาน (รอบ ๖ เดือน)	ผลการประเมิน รอบ ๖ เดือน	โครงการ/กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง	รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต/ผลลัพธ์
	ตัวชี้วัด ๔.๔.๒ ระดับ ความสำเร็จในการ ขับเคลื่อนแผน ยุทธศาสตร์การ คุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง)	๕	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	โครงการขับเคลื่อนแผน ยุทธศาสตร์การคุ้มครอง ผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕	อยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูลผล การดำเนินงานตามโครงการ/ กิจกรรมภายใต้แผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ร่วมกับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง	-
กลยุทธ์ที่ ๕ การดำเนินงาน ตามแผนปฏิบัติ ราชการประจำปี	ตัวชี้วัด ๔.๕.๑ ร้อย ละความสำเร็จของ โครงการภายใต้ แผนปฏิบัติราชการ ประจำปี	๙๐	-	-	☐ บรรลุผล ☐ ไม่บรรลุผล ☒ N/A	อยู่ระหว่างการทำงาน ตามแผนงาน/ โครงการ/ กิจกรรมภายใต้แผนปฏิบัติ ราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.	-	-

การติดตามและการประเมินผล

เพื่อให้การดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นรูปธรรม และการขับเคลื่อนมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้กำหนดรูปแบบและช่วงเวลาในการรายงานผลการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน ดังนี้

การจัดทำรายงานผล: หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดต้องรายงานผลการดำเนินงานตามที่กำหนด

การรายงานผล: หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดต้องรายงานผลการดำเนินงานทุกไตรมาส โดยเมื่อสิ้นสุดไตรมาสแล้วจะต้องส่งรายงานให้สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคทราบ ภายในสัปดาห์แรกของไตรมาสถัดไป ซึ่งสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจะรวบรวมและจัดทำสรุปในภาพรวมขององค์กรเสนอให้ผู้บริหารทราบต่อไป

การประเมินผล: สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานที่หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดรายงาน จากนั้นจึงทำการเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้แล้ว