



แผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

คำนำ

การคุ้มครองผู้บริโภคในบริบทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถส่งเสริมสนับสนุนและมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ในประเด็นของการสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ ซึ่งการคุ้มครองผู้บริโภคถือเป็นมิติหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ เพราะทุกคน คือ ผู้บริโภค จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต้องให้ความสำคัญในการดำเนินงานต่าง ๆ อันจะมีผลต่อภาพรวมของการคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค จึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการวางแผนการปฏิบัติราชการทั้งระยะสั้นและระยะยาว

ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดทำ “แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ.๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค” โดยได้ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภายในองค์กรที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ รวมทั้งได้จัดทำรายละเอียดรูปแบบ (Template) ตามที่สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กำหนด ซึ่งการจัดทำแผนฉบับดังกล่าวดำเนินการภายใต้วิสัยทัศน์ **“องค์กรหลักในการบูรณาการและขับเคลื่อนกลไกด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม”** โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภค โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางด้วยการยกระดับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ควบคู่กับการเร่งศึกษาพัฒนา ทบทวน และปรับปรุงกฎหมาย รวมถึงมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ ให้ทันต่อกระแสการบริโภคนิยมของโลก และรองรับการพิพาทและการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในทุกรูปแบบ เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศเทียบเท่าระดับสากลในทุกมิติ รวมทั้งการบริหารจัดการองค์กรให้มีความทันสมัย พร้อมบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานภาครัฐด้วยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระบบต่าง ๆ และพัฒนานวัตกรรมบริการมาใช้ในทุกกระบวนการ เพื่อสร้างความโปร่งใสและเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ตลอดจนป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคเพื่อร่วมกันสร้างสังคมการบริโภคอย่างยั่งยืน

คณะทำงานจัดทำและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สารบัญ

หน้า

บทนำ

ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร	๑
ส่วนที่ ๒ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๒	๒
แผนระดับที่ ๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี	๒
แผนระดับที่ ๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	๔
แผนการปฏิรูปประเทศ ๑๓ ด้าน	๖
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓	๗
เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)	๙
แห่งสหประชาชาติ	
แผนระดับที่ ๓ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)	๙
แผนปฏิบัติการของสำนักงานกฤษฎีกา (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	๙
กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	
พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ของ สำนักงานกฤษฎีกา	
นโยบายรัฐบาล (พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา)	๙
แผนผังแสดงความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ชาติกับแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)	๑๐
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	
แผนผังแสดงรายละเอียดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)	๑๑
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	
แผนผังสรุปตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)	๑๒
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	
ส่วนที่ ๓ สารสำคัญแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการ	๑๓
คุ้มครองผู้บริโภค	
วิสัยทัศน์/ พันธกิจ	๑๓
แผนปฏิบัติการ	๑๔
(ยุทธศาสตร์ที่ ๑) แผนปฏิบัติการ ประเด็นที่ ๑ เรื่อง พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มี	๑๔
ประสิทธิภาพ	
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด/แนวทางการพัฒนา/แผนงาน โครงการสำคัญ	
(ยุทธศาสตร์ที่ ๒) แผนปฏิบัติการ ประเด็นที่ ๒ เรื่อง บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง	๑๖
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด/แนวทางการพัฒนา/แผนงาน โครงการสำคัญ	

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

(ยุทธศาสตร์ที่ ๓) แผนปฏิบัติราชการ ประเด็นที่ ๓ เรื่อง ยกระดับองค์กรให้ทันสมัย

๑๘

และมีขีดสมรรถนะสูง

เป้าหมาย/ตัวชี้วัด/แนวทางการพัฒนา/แผนงาน โครงการสำคัญ

แผนงานภายใต้แผนปฏิบัติราชการของ สคบ. ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

๒๐

ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

๒๒

ตารางแสดงความสอดคล้องระหว่างโครงการกับแผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี

๒๒

(พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ประโยชน์ที่ได้รับจากแผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของ สคบ.

๒๙

การติดตามและการประเมินผล

๓๐

ภาคผนวก

คำอธิบายตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของ สคบ.

๓๒

สรุปตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของ สคบ.

๔๗

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

๕๐

ของ สคบ.

แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร

การคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันนั้นดำเนินการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ซึ่งมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนา ปรับปรุง และทบทวนกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทัดเทียมมาตรฐานในระดับสากล การพัฒนาระบบการเฝ้าระวัง การตรวจสอบ และการแจ้งเตือนภัยสินค้า/บริการที่ไม่ปลอดภัย รวมทั้งการกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบ ลดการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และให้การคุ้มครองผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมและทั่วถึงในทุกมิติ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติกับยุทธศาสตร์องค์กรในทุกระดับเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรสามารถตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กร ๓ ประเด็น ดังนี้ (๑) พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ (๒) บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง และ (๓) ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง เพื่อใช้เป็นทิศทางและแนวทางในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย โดยเน้นการบูรณาการทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ร่วมกันขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งมีแผนการดำเนินงานที่รองรับต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที เพื่อให้ภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศเกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน

แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายในแต่ละปีงบประมาณ โดยโครงการ/กิจกรรมที่กำหนดไว้ภายใต้แผนฉบับดังกล่าว ได้คำนึงถึงผลผลิตและผลลัพธ์ที่จะสามารถตอบตัวชี้วัดได้ตามที่กำหนด อีกทั้งยังสามารถผลักดันให้เป้าหมายของแผนในระดับต่าง ๆ บรรลุผลสัมฤทธิ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑)

๑) ยุทธศาสตร์ชาติ (หลัก) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

(๑) เป้าหมาย: สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์: การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยเน้นการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

๒) ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

(๑) เป้าหมาย: ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์: ๕. พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภค ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาลและรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการในการเข้าถึงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

๓) ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

(๓.๑) เป้าหมาย: ๑. ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

(๓.๑.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๑. ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

(๓.๑.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๒. ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติ เป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนาระบบฐานข้อมูล พร้อมกับการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคในทุกมิติ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเชิงรุกและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที รวมถึงส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

(๓.๒) เป้าหมาย: ๒. ภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

(๓.๒.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๓. ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เหมาะสมกับภารกิจ ส่งเสริมให้ประชาชนและทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ

(๓.๒.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๔. ภาครัฐมีความทันสมัย
การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้เป็นรูปธรรม ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภคให้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)

(๓.๓) เป้าหมาย: ๓. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(๓.๓.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๕. บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ

(๓.๓.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๖. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ
การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลพร้อมกับการศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้

(๓.๔) เป้าหมาย: ๔. กระบวนการยุติธรรม เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมของประเทศ

(๓.๔.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๗. กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ และมีเท่าที่จำเป็น

(๓.๔.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๘. กระบวนการยุติธรรมเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อประชาชนโดยเสมอภาค

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวทางการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

๒.๒ แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

(๑) ประเด็นที่ ๑๗. (หลัก) ประเด็นความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนาระบบ กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและลดความเสียหายเปรียบของผู้บริโภค

แผนย่อย: ๑ การคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐานและหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคม และ สุขภาพ

- แนวทางการพัฒนา: ๓ ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค
- เป้าหมายของแผนย่อย: คนไทยทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบาง ได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

การปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้บริโภคให้มีความตระหนักในสิทธิหน้าที่และมีภูมิคุ้มกันในการบริโภคและซื้อสินค้า และส่งเสริมให้ภาคีการพัฒนาต่าง ๆ มีบทบาทในการสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

(๒) ประเด็นที่ ๘. (รอง) ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประกาศ ข้อยระเบียบ และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจเกิดความรู้ความเข้าใจและความตระหนัก เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่ภาคธุรกิจ ควบคู่กับการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้บริโภค เพื่อลดการถูกเอาเปรียบ

แผนย่อย ๓.๓ แผนย่อยการสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

- แนวทางการพัฒนา สร้างและพัฒนาตลาดในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่
- เป้าหมายของแผนย่อย: มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ รวมทั้งพัฒนาระบบและกลไกในการสร้างความตระหนักให้แก่ภาคธุรกิจ เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค

(๓) ประเด็นที่ ๒๐. (รอง) ประเด็นการบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ
- เป้าหมายที่ ๒ ภาครัฐมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) พร้อมทั้งพัฒนาระบบ OCPB Connect ควบคู่กับการพัฒนาระบบฐานข้อมูลให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคในทุกมิติ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเชิงรุกและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันที่ รวมถึงส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

แผนย่อย ๓.๑ แผนย่อยการพัฒนาบริการประชาชน

- แนวทางการพัฒนา พัฒนารูปแบบบริการภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชน
- เป้าหมายของแผนย่อย: งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

โดยการส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว เช่น การใกล้เคียงออนไลน์ การพัฒนาฐานข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบสารสนเทศ รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

แผนย่อย ๓.๕ แผนย่อยการสร้างและพัฒนาบุคลากรภาครัฐ

- แนวทางการพัฒนา พัฒนาบุคลากรภาครัฐทุกประเภทให้มีความรู้ความสามารถสูง มีทักษะการคิดวิเคราะห์และการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
- เป้าหมายของแผนย่อย: บุคลากรภาครัฐยึดค่านิยมในการทำงานเพื่อประชาชน ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลพร้อมกับการศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๔) ประเด็นที่ ๒๒. (รอง) ประเด็นกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่: ๑. กฎหมายเป็นเครื่องมือให้ทุกภาคส่วนได้ประโยชน์จากการพัฒนาประเทศอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวทางการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

แผนย่อย ๓.๑ แผนย่อยการพัฒนากฎหมาย

- แนวทางการพัฒนา ๑) พัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับบริบทและเอื้อต่อการพัฒนาประเทศ

- เป้าหมายของแผนย่อย: ๑. กฎหมายไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาภาครัฐและภาคเอกชนอยู่ภายใต้กรอบกฎหมายที่มุ่งให้ประชาชนในวงกว้างได้รับประโยชน์จากการพัฒนาประเทศโดยทั่วถึง

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวทางการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองและป้องกันการละเมิดสิทธิอย่างทั่วถึง

๒.๒.๒ แผนการปฏิรูปประเทศ ๑๓ ด้าน

๑) ด้านสังคม

๑.๑) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ:

ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ข้อ ๔.๑ การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

ด้านการปรับสมดุลและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการภาครัฐ

ข้อ ๔.๑ ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง โดยมีระบบการบริหารจัดการข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยงานและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ นำไปสู่การวิเคราะห์การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อการพัฒนา นโยบายและการให้บริการภาครัฐ

๑.๒) ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ประเด็นความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

๑๗๐๒๐๑ มีระบบและกลไกในการให้ความช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

๒) ด้านกฎหมาย

๒.๑) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ:

ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ข้อ ๔.๑ การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

ด้านการปรับสมดุลและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการภาครัฐ

ข้อ ๔.๗ กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ และมีเท่าที่จำเป็น

๒.๒) ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ประเด็นกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

๒๒๐๑๐๑ กฎหมายไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาภาครัฐและภาคเอกชน
อยู่ภายใต้กรอบกฎหมายที่มุ่งให้ประชาชนในวงกว้างได้รับ
ประโยชน์จากการพัฒนาประเทศโดยทั่วถึง

๓) ด้านการบริหารราชการแผ่นดิน

๓.๑) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ:

ด้านการปรับสมดุลและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการภาครัฐ

ข้อ ๔.๑ ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการ
อย่างสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส

๓.๒) ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ประเด็นการบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

๒๐๐๑๐๑ งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น

๒.๒.๓ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓

(หลัก) ๑) หมายความว่า ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคม
ที่เพียงพอ เหมาะสม

เป้าหมายที่ ๒ คนไทยทุกช่วงวัยได้รับความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต

กลยุทธ์การพัฒนา ๔ การพัฒนาระบบความคุ้มครองทางสังคมให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ย่อยที่ ๔.๑ บูรณาการระบบความคุ้มครองทางสังคม โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดเป้าประสงค์
ของการจัดความคุ้มครองทางสังคมร่วมกัน

กลยุทธ์ย่อยที่ ๔.๒ ปรับปรุงรูปแบบการจัดความคุ้มครองทางสังคม

(รอง) ๑) หมายความว่า ๖ ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรม
ดิจิทัลของอาเซียน

เป้าหมายที่ ๓ อุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะของประเทศ
มีความเข้มแข็งขึ้น

กลยุทธ์การพัฒนา ๔ การพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
อัจฉริยะ อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล

กลยุทธ์ย่อยที่ ๔.๓ ผลักดันและแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล
เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และการบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง

๒) หมายเหตุที่ ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

เป้าหมายที่ ๑ การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

เป้าหมายที่ ๒ ภาครัฐที่มีขีดสมรรถนะสูง คล่องตัว

กลยุทธ์การพัฒนา ๑ พัฒนาคุณภาพการให้บริการภาครัฐที่ตอบโจทย์ สะดวก และประหยัด

กลยุทธ์ย่อยที่ ๑.๑ ยกเลิกภารกิจการให้บริการที่สามารถเปิดให้ภาคส่วนอื่นให้บริการแทน
โดยยกเลิกภารกิจการให้บริการของภาครัฐที่มีต้นทุนสูง

กลยุทธ์ย่อยที่ ๑.๒ ทบทวนกระบวนการทำงานของภาครัฐควบคู่กับพัฒนาการบริการ
ภาครัฐในรูปแบบดิจิทัลแบบเบ็ดเสร็จ

กลยุทธ์การพัฒนา ๒ ปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการและโครงสร้างของภาครัฐให้ยืดหยุ่น
เชื่อมโยง เปิดกว้างและมีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เอื้อต่อการพัฒนา
ประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ ๒.๑ เร่งทบทวนบทบาทภาครัฐและกระจายอำนาจการบริหารจัดการ
ภาครัฐ โดยปรับบทบาทและภารกิจใหม่ให้รองรับแนวทางการพัฒนาประเทศ
และสถานการณ์ในอนาคต

กลยุทธ์ย่อยที่ ๒.๒ สร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภาครัฐ

กลยุทธ์การพัฒนา ๓ ปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการ
เพื่อการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๑ ปรับเปลี่ยนข้อมูลภาครัฐทั้งหมดให้เป็นดิจิทัล

กลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๒ ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานภาครัฐเป็นดิจิทัล

กลยุทธ์การพัฒนา ๔ สร้างระบบบริหารภาครัฐที่ส่งเสริมการปรับเปลี่ยนและพัฒนาบุคลากร
ให้มีทักษะที่จำเป็นในการให้บริการภาครัฐดิจิทัล และปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ มาตรการ
ภาครัฐให้เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ ๔.๑ ปรับระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลภาครัฐเพื่อดึงดูดและรักษาผู้มี
ศักยภาพมาขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ ๔.๒ ยกเลิกกฎหมายที่หมดความจำเป็นและพัฒนากฎหมายที่เอื้อต่อ
การพัฒนาประเทศ ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการยุติธรรมให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

เป้าหมายที่ ๑๐ ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ

เป้าประสงค์ ๑๐.๔ เลือกลงนโยบาย โดยเฉพาะนโยบายการคลัง ค่าจ้าง และการคุ้มครอง
ทางสังคม และให้บรรลุความเสมอภาคยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๒.๓ แผนระดับที่ ๓ ที่เกี่ยวข้อง

- แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)
- แผนปฏิบัติการของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ของ สำนักนายกรัฐมนตรี

นโยบายรัฐบาล

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติเมื่อวันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๒ โดยเน้นนโยบายหลัก ๑๒ ด้าน และนโยบายเร่งด่วน ๑๒ เรื่อง โดยมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

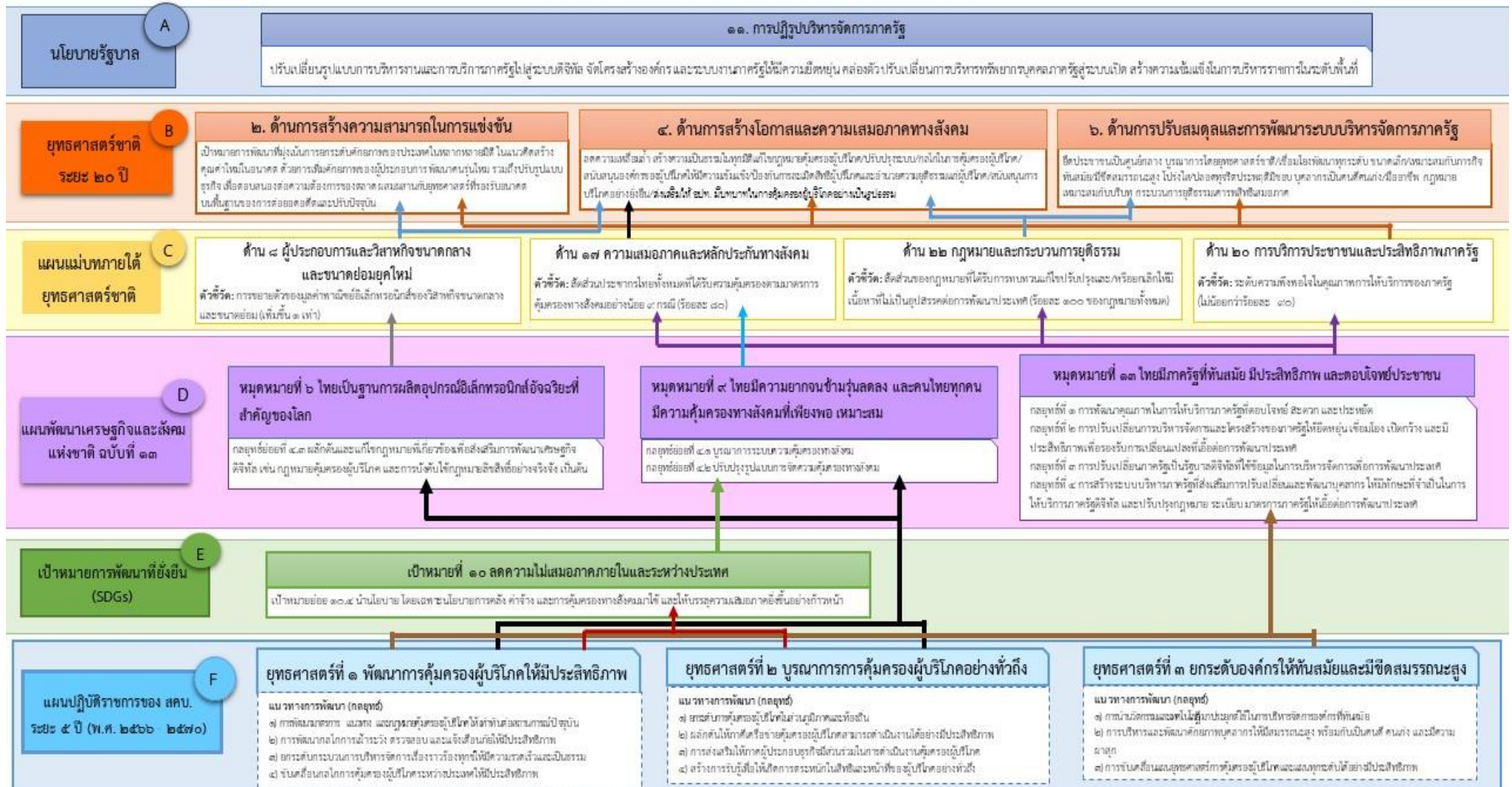
นโยบายหลัก ๑๒ ด้าน

ด้านที่ ๑๑ การปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ

- ๑๑.๑ พัฒนาโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่
- ๑๑.๒ ปรับเปลี่ยนกระบวนการอนุมัติอนุญาตของทางราชการที่มีต่อความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจและดำเนินชีวิตของประชาชนให้เป็นระบบดิจิทัล
- ๑๑.๓ พัฒนาระบบข้อมูลขนาดใหญ่ในการบริหารราชการแผ่นดิน
- ๑๑.๔ เปิดเผยข้อมูลภาครัฐสู่สาธารณะ
- ๑๑.๕ ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการภาครัฐ
- ๑๑.๖ พัฒนากลไกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริการสาธารณะ และตรวจสอบภาครัฐ
- ๑๑.๗ ปรับปรุงระเบียบกฎหมายเพื่อเอื้อต่อการทำธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวัน

แผนผังแสดงความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ชาติกับแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๔๖ และมาตรา ๖๑



แผนผังแสดงรายละเอียดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

วิสัยทัศน์ (Vision)

“องค์กรหลักในการบูรณาการและขับเคลื่อนกลไกด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม”

พันธกิจ (Mission)

- ๑) พัฒนากฎหมาย มาตรการ ตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- ๒) พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกัน ควบคุม/กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๓) พัฒนาวีถีกรรมและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว
- ๔) เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และสามารถปกป้องสิทธิของตนได้
- ๕) ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๖) ส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วนให้มีการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์ ๑ พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค ให้มีประสิทธิภาพ

- กลยุทธ์ ๑ การพัฒนามาตรการ แนวทาง และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- กลยุทธ์ ๒ การพัฒนากลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยให้มีประสิทธิภาพ
- กลยุทธ์ ๓ ยกระดับกระบวนการบริหารจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ให้มีความรวดเร็วและเป็นธรรม
- กลยุทธ์ ๔ ขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ ๒ บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างทั่วถึง

- กลยุทธ์ ๑ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- กลยุทธ์ ๒ ผลักดันให้ภาคีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- กลยุทธ์ ๓ การส่งเสริมให้ภาคีผู้ประกอบการธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ ๔ สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

ยุทธศาสตร์ ๓ ยกระดับองค์กรให้ทันสมัย และมีขีดสมรรถนะสูง

- กลยุทธ์ ๑ การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย
- กลยุทธ์ ๒ การบริหารและพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีสมรรถนะสูง พร้อมกับเป็นคนดี คนเก่ง และมีความผูก
- กลยุทธ์ ๓ การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนผังสรุปตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิรูปราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ ๑ การพัฒนากฎการ แนวทาง และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

KPI ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายของ สคบ.

กลยุทธ์ ๒ การพัฒนากลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยให้มีประสิทธิภาพ

KPI ๑ ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด
KPI ๒ ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัย/การละเมิดสิทธิที่ได้รับการดำเนินการ
KPI ๓ ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย

กลยุทธ์ ๓ ยกระดับกระบวนการบริหารจัดการเรื่องร้องทุกข์ให้มีความรวดเร็วและเป็นธรรม

KPI ๑ ร้อยละของเรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาลงได้ข้อยุติ
KPI ๒ ร้อยละความสำเร็จของการขยายผู้บริโภคชมเชย

กลยุทธ์ ๔ ขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

KPI ๑ จำนวนแนวทาง/มาตรการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ
KPI ๒ ระดับความสำเร็จของความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ

บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

กลยุทธ์ ๑ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

KPI ๑ ร้อยละของการแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำท้องถิ่น
KPI ๒ ระดับความสำเร็จของการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

กลยุทธ์ ๒ ผลักดันให้ภาคีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

KPI ๑ จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ
KPI ๒ ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด
KPI ๓ จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ

กลยุทธ์ ๓ กำลงเสริมให้ภาคผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

KPI จำนวนแนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ ๔ สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

KPI ๑ ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารและองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
KPI ๒ ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
KPI ๓ ร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน
KPI ๔ ร้อยละความตระหนักรู้ในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค

ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง

กลยุทธ์ ๑ การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย

KPI ๑ ร้อยละของการรวมงานบริการที่ได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัล
KPI ๒ ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
KPI ๓ ร้อยละความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ สคบ.
KPI ๔ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

กลยุทธ์ ๒ การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีสมรรถนะสูง พร้อมกันเป็นคนที่ คนเก่ง และมีความสุข

KPI ๑ ระดับความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรบุคคล
KPI ๒ ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาสมรรถนะที่กำหนด
KPI ๓ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กร

กลยุทธ์ ๓ การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

KPI ๑ ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)
KPI ๒ ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการรายปีของ สคบ.
KPI ๓ ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร

ส่วนที่ ๓ สารสำคัญแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๓.๑ ภาพรวม

๓.๑.๑ วิสัยทัศน์ของส่วนราชการ

“องค์กรหลักในการบูรณาการและขับเคลื่อนกลไกด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
อย่างเสมอภาคและเป็นธรรม”

คำอธิบาย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จะทำหน้าที่หลักในการเสนอนโยบาย และขับเคลื่อนภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ ด้วยการบูรณาการความร่วมมือด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคร่วมกับองค์กรต่าง ๆ ในทุกระดับ (ระดับภูมิภาค ระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ) และทุกภาคส่วน (ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม) เพื่อการบริหารการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความทันสมัยและเป็นสากลมากยิ่งขึ้น ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ ควบคู่กับการปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง และมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ ให้เท่าทันต่อกระแสการบริโภคนิยมของโลก รองรับปัญหาการพิพาท และการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในทุกรูปแบบ พร้อมทั้งพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้าง ความเป็นธรรม โดยคำนึงถึงความเสมอภาคทั้งในส่วนของผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ และเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ ทางสังคม โดยเฉพาะประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่มุ่งให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการให้บริการและองค์ความรู้ต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยความสะดวกและรวดเร็ว

๓.๑.๒ พันธกิจของส่วนราชการ

๑. พัฒนากฎหมาย มาตรการ ตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่างๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อ สถานการณ์ปัจจุบัน
๒. พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกัน ควบคุม/กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มี ความปลอดภัย รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๓. พัฒนานวัตกรรมและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชน สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว
๔. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และสามารถปกป้องสิทธิของตนได้
๕. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถดำเนินงานคุ้มครอง ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๖. ส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วนให้มีการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม

๓.๒ แผนปฏิบัติการ

๓.๒.๑ แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์)

ประเด็นที่ ๑ เรื่อง พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ

๑) เป้าหมาย

- ๑) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- ๒) กลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- ๓) กระบวนการบริหารจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ที่รวดเร็วและเป็นธรรม
- ๔) กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพ

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑	ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายของ สคบ.	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	กกค.
๒	ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด	๖๕	๖๗	๖๙	๗๑	๗๓	กคช./กคณ./กคส./กคต.
๓	ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัย/การละเมิดสิทธิที่ได้รับการดำเนินการ	๕๐	๕๕	๖๐	๖๕	๗๐	กคช./กคณ./กคส./กคต.
๔	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย	๑	๒	๓	๔	๕	กคช./กคณ./กคส./กคต.
๕	ร้อยละของเรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาคงได้ข้อยุติ	๖๖	๖๘	๗๐	๗๒	๗๔	กกค./กคช./ กคณ./กคส./ กคต./สปจ./สผพ. (ส่วน ตปท.)
๖	ร้อยละความสำเร็จของการเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน	๕๖	๕๘	๖๐	๖๒	๖๔	สผพ. (ส่วน ตปท.)
๗	จำนวนแนวทาง/มาตรการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	สผพ. (ส่วน ตปท.)
๘	ระดับความสำเร็จของความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ	๕	๕	๕	๕	๕	สผพ. (ส่วน ตปท.)

๓) กลยุทธ์/ แนวทางการพัฒนา

- ๑) การพัฒนามาตรการ แนวทาง และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- ๒) การพัฒนากลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยให้มีประสิทธิภาพ
- ๓) ยกระดับกระบวนการบริหารจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ให้มีความรวดเร็วและเป็นธรรม
- ๔) ขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

๔) แผนงาน/โครงการสำคัญ

- ๑) โครงการจัดทำแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๒) โครงการลงพื้นที่ติดตามตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจ
- ๓) โครงการศึกษาทบทวน บูรณาการกระบวนการสู่การสร้างแพลตฟอร์มการเฝ้าระวัง การตรวจสอบ ดำเนินคดีและ การเตือนภัยด้านคุ้มครองผู้บริโภค
- ๔) โครงการประชุมนานาชาติเพื่อพัฒนากระบวนการระงับข้อพิพาทและเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน

๓.๒.๒ แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์)

ประเด็นที่ ๒ เรื่อง บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

๑) เป้าหมาย

- ๑) การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นมีผลสัมฤทธิ์
- ๒) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๓) ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๔) ประชาชนทุกคนตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑	ร้อยละของการแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำท้องถิ่น	๒๐ (๑,๕๗๐ แห่ง)	๔๐ (๓,๑๔๐ แห่ง)	๖๐ (๔,๗๑๐ แห่ง)	๘๐ (๖,๒๘๐ แห่ง)	๑๐๐ (๗,๘๕๐ แห่ง)	สปจ.
๒	ระดับความสำเร็จของการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	๕	๕	๕	๕	๕	สปจ.
๓	จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	สผพ. (ส่วนประสานฯ)
๔	ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด	๕๐	๕๕	๖๐	๖๕	๗๐	กผป.
๕	จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ	๑๐ องค์กร	๑๒ องค์กร	๑๔ องค์กร	๑๖ องค์กร	๑๘ องค์กร	กผป.
๖	จำนวนแนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	กคช./กคณ./กคส./ กคต.
๗	ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูล ข่าวสาร และองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๕	-	-	-	กผป.
๘	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	๕	๕	๕	๕	๕	กผป.
๙	ร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน	๗๐	๗๓	๗๖	๘๐	๘๔	กผป.
๑๐	ร้อยละความตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค	๖๘	๗๑	๗๔	๗๗	๘๐	กผป.

๓) กลยุทธ์/ แนวทางการพัฒนา

- ๑) ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- ๒) ผลักดันให้ภาคีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๓) การส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
- ๔) สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

๔) แผนงาน/โครงการสำคัญ

- ๑) โครงการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- ๒) โครงการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มกลไกการขับเคลื่อนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคของ สคบ.
- ๓) โครงการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารเพื่อสร้างโอกาสและความเสมอภาคด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๔) โครงการบริหารจัดการองค์ความรู้ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียและสื่อออนไลน์

๓.๒.๓ แผนปฏิบัติราชการ (ยุทธศาสตร์)

ประเด็นที่ ๓ เรื่อง ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง

๑) เป้าหมาย

- ๑) สคบ. มีการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย
- ๒) บุคลากรของ สคบ. มีสมรรถนะสูง เป็นคนดี คนเก่ง และมีความผาสุก
- ๓) สคบ. สามารถขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑	ร้อยละของกระบวนการงานบริการที่ได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัล	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐	กพบ./ สผพ. (ส่วนเทคโนโลยี)
๒	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๓	๓	๓	๓	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยี)
๓	ร้อยละความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ สคบ.	๘๒	๘๔	๘๖	๘๘	๙๐	สสท. (ศูนย์รับเรื่อง)/ สผพ. (ส่วนเทคโนโลยี)
๔	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	๗๕	๗๕	๗๕	๗๕	๗๕	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยี)
๕	ระดับความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรบุคคล	๕	๕	๕	๕	๕	สสท. (ส่วนบริหารทรัพยากรบุคคล)
๖	ร้อยละของบุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐	สสท. (ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล)
๗	ร้อยละความผาสุกของบุคลากรภายในองค์กร	๗๒	๗๔	๗๖	๗๘	๘๐	สสท. (ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล)
๘	ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)	๖๕	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	สผพ. (ส่วนประสานฯ)
๙	ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการ รายปี ของ สคบ.	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	สผพ. (ส่วนประสานฯ)
๑๐	ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร	๓	๕	-	-	-	สผพ. (ส่วนวิชาการฯ) (หลัก)/ (ส่วนเทคโนโลยี) (สนับสนุน)

๓) กลยุทธ์/ แนวทางการพัฒนา

- ๑) การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย
- ๒) การบริหารและพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีสมรรถนะสูง พร้อมกับเป็นคนดี คนเก่ง และมีความผาสุก
- ๓) การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔) แผนงาน/โครงการสำคัญ

- ๑) โครงการพัฒนากระบวนการขององค์กรสู่ Digital Transformation
- ๒) โครงการพัฒนาและสนับสนุนการให้เกิดการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มบริการของสำนักงาน
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI Platform)
- ๓) โครงการพัฒนาทักษะและสมรรถนะของบุคลากร สคบ.
- ๔) โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

๓.๓ แผนงานภายใต้แผนปฏิบัติการของ สคบ. ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

แผนงานภายใต้แผนปฏิบัติการของ สคบ. ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และเป้าหมายสำคัญของแต่ละแผนงานแยกตามรายประเด็น (ยุทธศาสตร์)

● ประเด็นที่ (ยุทธศาสตร์) ๑ เรื่อง พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ 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 บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ประกอบด้วย ๓ แผนงาน ดังนี้

๑) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

สคบ. ขับเคลื่อนภารกิจคุ้มครองผู้บริโภค (แก้ไขปัญหา/ ประชาสัมพันธ์/ เฝ้าระวังตรวจสอบ) ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นตามศักยภาพและความเหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น

๒) แผนงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

- (๑) สคบ. มีการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค (ภาครัฐ (MOU/สถานศึกษา), ภาคเอกชน, ภาคประชาสังคม (อสคบ.)) ตามศักยภาพและความเหมาะสม
- (๒) ส่งเสริมการรวมกลุ่มองค์กรของผู้บริโภคให้ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

๓) แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

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

● ประเด็นที่ (ยุทธศาสตร์) ๓ เรื่อง ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง ประกอบด้วย ๔ แผนงาน ดังนี้

๑) แผนงานดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

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

๒) แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

- (๑) สคบ. พัฒนานองค์กรเพื่อให้ได้รับรางวัลองค์กรคุณภาพ หรือได้รับคะแนนรางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐผ่านเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการกำหนด
- (๒) สคบ. มีการสร้างโครงสร้างใหม่ ควบคู่กับการปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป
- (๓) สคบ. มีการปรับกระบวนการงานนำไปสู่ Digital Transformation

๓) แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคล โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

บุคลากรของ สคบ. เก่ง – ดี – มีความสุข และอุทิศตนทำประโยชน์เพื่อสังคม

๔) แผนงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

- (๑) สคบ. มีการขับเคลื่อนภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในระดับประเทศและระดับองค์กร
- (๒) สคบ. มีการวางแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนปฏิบัติการที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

๓.๓ ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ทั้งหมด* ๗๒๔,๖๖๒,๔๐๐ บาท แหล่งเงินงบประมาณ : เงินงบประมาณแผ่นดิน

ตารางแสดงความสอดคล้องระหว่างโครงการกับแผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ					หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
ประเด็นที่ ๑ เรื่อง พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ									
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๑ การพัฒนามาตรการ แนวทาง และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ให้เท่าทันต่อสถานการณ์ ปัจจุบัน	ตัวชี้วัด ๑.๑.๑ ร้อยละ ความสำเร็จของการ พัฒนากฎหมายของ สคบ.	กกค.	๑. โครงการจัดทำแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค	๔๐๐,๐๐๐	๒๕๐,๐๐๐	๔๐๐,๐๐๐	๒๕๐,๐๐๐	๕๐๐,๐๐๐	กกค.
			๒. โครงการพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๑,๕๐๐,๐๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐	กกค.
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๒ การพัฒนากลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยให้ มีประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด ๑.๒.๑ ร้อยละ ของสินค้าหรือบริการหรือ สถานประกอบการที่ได้รับ การตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่ กำหนด	กคช./กคฉ./ กคส./กคต.	๑. *โครงการเพิ่มศักยภาพในการตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาเพื่อการ คุ้มครองผู้บริโภค	๑,๗๒๐,๐๐๐	๑,๗๒๐,๐๐๐	๑,๗๒๐,๐๐๐	๑,๗๒๐,๐๐๐	๑,๗๒๐,๐๐๐	กคช.
			๒. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการปัญหาด้านสินค้าและบริการ (ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์)	๑,๒๖๐,๐๐๐	๑,๒๖๐,๐๐๐	๑,๒๖๐,๐๐๐	๑,๒๖๐,๐๐๐	๑,๒๖๐,๐๐๐	กคฉ.
			๓. โครงการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานในศูนย์เฝ้าระวังการคุ้มครอง ผู้บริโภค	๑,๘๓๖,๐๐๐	๑,๘๓๖,๐๐๐	๑,๘๓๖,๐๐๐	๑,๘๓๖,๐๐๐	๑,๘๓๖,๐๐๐	กคฉ.
			๔. โครงการตรวจสอบพิสูจน์สินค้าและบริการที่อาจเป็นอันตรายแก่ ผู้บริโภค	๒๐๐,๐๐๐	๒๐๐,๐๐๐	๒๐๐,๐๐๐	๒๐๐,๐๐๐	๒๐๐,๐๐๐	กคฉ.
			๕. โครงการสัมมนาให้ความรู้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ การคุ้มครองผู้บริโภค ด้านความปลอดภัย	๒๐๐,๐๐๐	๒๐๐,๐๐๐	๒๐๐,๐๐๐	๒๐๐,๐๐๐	๒๐๐,๐๐๐	กคฉ.
			๖. โครงการลงพื้นที่ติดตามตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจ	๓๐๐,๐๐๐	๓๐๐,๐๐๐	๓๐๐,๐๐๐	๓๐๐,๐๐๐	๓๐๐,๐๐๐	กคฉ.
			๗. โครงการ สคบ. ส่งเสริม ป้องกันและปราบปราม เกี่ยวกับการจัดทำ ฉลากสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้บริโภค และบุคคลทั่วไป ส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค	๗๐๐,๐๐๐	๗๐๐,๐๐๐	๗๐๐,๐๐๐	๗๐๐,๐๐๐	๗๐๐,๐๐๐	กคฉ.
			๘. โครงการชักชวนความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติตามประกาศ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการขายรถยนต์ใช้แล้วเป็นธุรกิจ ที่ควบคุมสัญญา พ.ศ.๒๕๖๒	๗๐๐,๐๐๐	๗๐๐,๐๐๐	๗๐๐,๐๐๐	๗๐๐,๐๐๐	๗๐๐,๐๐๐	กคส.

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ					หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
	ตัวชี้วัด ๑.๒.๒ ร้อยละ ของเรื่องแจ้งเตือนภัย/ การละเมิดสิทธิที่ได้รับการ ดำเนินการ	กคฆ./กคณ./ กคส./กคต.	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	-	-	-	-	กคฆ./กคณ./ กคส./กคต.
	ตัวชี้วัด ๑.๒.๓ ระดับ ความสำเร็จของการ พัฒนาการเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย	กคฆ./กคณ./ กคส./กคต.	๑. *โครงการเพิ่มศักยภาพในการตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาเพื่อการ คุ้มครองผู้บริโภค	(โครงการซ้ำ)					กคฆ.
			๒. โครงการศึกษาทบทวน บูรณาการกระบวนการงานสู่การสร้างแพลตฟอร์ม การเฝ้าระวัง การตรวจสอบ ดำเนินคดีและ การเตือนภัยด้านคุ้มครอง ผู้บริโภค	๕,๐๐๐,๐๐๐	๕,๐๐๐,๐๐๐	๕,๐๐๐,๐๐๐	-	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๓ ยกระดับกระบวนการบริหาร จัดการเรื่องราวร้องทุกข์ให้มี ความรวดเร็วและเป็นธรรม	ตัวชี้วัด ๑.๓.๑ ร้อยละ ของเรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับ การแก้ไขปัญหานั้นได้ข้อยุติ	กกค./กคฆ./ กคณ./กคส./ กคต./สปจ./ สผพ.	๑. โครงการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานด้านการดำเนินคดีละเมิดสิทธิ ผู้บริโภคและการบังคับคดีตามคำพิพากษาของกองกฎหมายและคดี	๒,๑๖๐,๐๐๐	๒,๑๖๐,๐๐๐	๒,๑๖๐,๐๐๐	๒,๑๖๐,๐๐๐	๒,๑๖๐,๐๐๐	กกค.
			๒. โครงการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานรับเรื่องราวร้องทุกข์ด้าน อสังหาริมทรัพย์	๑,๘๐๐,๐๐๐	๑,๘๐๐,๐๐๐	๑,๘๐๐,๐๐๐	๑,๘๐๐,๐๐๐	๑,๘๐๐,๐๐๐	กคส.
			๓. โครงการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานด้านการประกอบธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรง	๒,๑๖๐,๐๐๐	๒,๑๖๐,๐๐๐	๒,๑๖๐,๐๐๐	๒,๑๖๐,๐๐๐	๒,๑๖๐,๐๐๐	กคต.
	ตัวชี้วัด ๑.๓.๒ ร้อยละ ความสำเร็จของการ เยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน	สผพ.	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการระงับข้อพิพาทข้ามแดนและการ ทำข้อตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศ	๑,๗๒๘,๐๐๐	๑,๗๒๘,๐๐๐	๑,๗๒๘,๐๐๐	๑,๗๒๘,๐๐๐	๑,๗๒๘,๐๐๐	สผพ. (ส่วน ตปท.)
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๔ ขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครอง ผู้บริโภคระหว่างประเทศให้มี ประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด ๑.๔.๑ จำนวน แนวทาง/มาตรการความ ร่วมมือด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคระหว่างประเทศ	สผพ.	โครงการประชุมนานาชาติเพื่อพัฒนากระบวนการระงับข้อพิพาทและ เยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	สผพ. (ส่วน ตปท.)
	ตัวชี้วัด ๑.๔.๒ ระดับ ความสำเร็จของความ ร่วมมือด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคระหว่างประเทศ	สผพ.	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	-	-	-	-	สผพ. (ส่วน ตปท.)

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ					หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
ประเด็นที่ ๒ เรื่อง บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง									
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๑ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	ตัวชี้วัด ๒.๑.๑ ร้อยละ ของการแต่งตั้ง คณะอนุกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำท้องถิ่น	สปจ.	โครงการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้กับ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	๔,๖๒๓,๗๕๐	๔,๖๒๓,๗๕๐	๔,๖๒๓,๗๕๐	๔,๖๒๓,๗๕๐	๔,๖๒๓,๗๕๐	สปจ.
	ตัวชี้วัด ๒.๑.๒ ระดับ ความสำเร็จของการ ขับเคลื่อนการคุ้มครอง ผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและ ท้องถิ่น	สปจ.	๑. การสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ๗๖ จังหวัด	๕๒,๓๑๘,๐๐๐	๕๒,๓๑๘,๐๐๐	๕๒,๓๑๘,๐๐๐	๕๒,๓๑๘,๐๐๐	๕๒,๓๑๘,๐๐๐	สปจ.
			๒. การสนับสนุนการดำเนินงานจัดการกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด และท้องถิ่น	๗,๖๘๐,๐๐๐	๗,๖๘๐,๐๐๐	๗,๖๘๐,๐๐๐	๗,๖๘๐,๐๐๐	๗,๖๘๐,๐๐๐	สปจ.
			๓. โครงการพัฒนาจังหวัดต้นแบบด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๙๗๒,๐๐๐	๙๗๒,๐๐๐	๙๗๒,๐๐๐	๙๗๒,๐๐๐	๙๗๒,๐๐๐	สปจ.
			๔. **โครงการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค	-	-	-	-	-	สปจ.
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๒ ผลักดันให้ภาคีเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภคสามารถ ดำเนินงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด ๒.๒.๑ จำนวน นโยบายด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่มีการบูรณาการ ระหว่างภาครัฐ	สผพ.	๑. โครงการแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ	๑,๐๐๐,๐๐๐	๑,๐๐๐,๐๐๐	๑,๐๐๐,๐๐๐	๑,๐๐๐,๐๐๐	๑,๐๐๐,๐๐๐	สผพ. (ส่วนประสานฯ)
			๒. **โครงการบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระดับมหภาค	-	-	-	-	-	
	ตัวชี้วัด ๒.๒.๒ ร้อยละ ของเครือข่ายคุ้มครอง ผู้บริโภคที่มีการ ดำเนินงานตามเกณฑ์ที่ กำหนด	กผป.	๑. โครงการสร้างความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคในเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม	๕๖๐,๐๐๐	๖๓๐,๐๐๐	๖๖๕,๐๐๐	๗๐๐,๐๐๐	๗๓๕,๐๐๐	กผป. (ฝ่ายเผยแพร่ฯ)
			๒. **โครงการ Smart Consumer	-	-	-	-	-	กผป. (ฝ่าย ประชาสัมพันธ์)
	ตัวชี้วัด ๒.๒.๓ จำนวน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค คุณภาพ	กผป.	โครงการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มกลไกการขับเคลื่อนเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภคของ สคบ.	๑,๕๐๐,๐๐๐	๑,๖๕๐,๐๐๐	๑,๘๑๕,๐๐๐	๑,๙๙๖,๕๐๐	๒,๑๙๖,๑๕๐	กผป. (ฝ่ายเผยแพร่ฯ)

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ					หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๓ การส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบการ ธุรกิจมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค	ตัวชี้วัด ๒.๓.๑ จำนวน แนวทาง/มาตรการด้าน การคุ้มครองผู้บริโภคที่ ดำเนินการร่วมกับ ผู้ประกอบการธุรกิจ	กคช./กคณ./ กคส./กคต.	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	-	-	-	-	กคช./กคณ./ กคส./กคต.
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๔ สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการ ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของ ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง	ตัวชี้วัด ๒.๔.๑ ระดับ ความสำเร็จของการ บริหารจัดการข้อมูล ข่าวสารและองค์ความรู้ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	กผป.	โครงการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารเพื่อสร้างโอกาสและความเสมอภาค ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๕,๐๐๐,๐๐๐	๕,๐๐๐,๐๐๐	๕,๐๐๐,๐๐๐	๕,๐๐๐,๐๐๐	๕,๐๐๐,๐๐๐	กผป. (ฝ่ายประชาสัมพันธ์)
	ตัวชี้วัด ๒.๔.๒ ระดับ ความสำเร็จของการ พัฒนาการเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สังคมออนไลน์	กผป.	๑. โครงการบริหารจัดการองค์ความรู้ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียและสื่อออนไลน์	๑,๕๐๐,๐๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐	กผป. (ฝ่ายประชาสัมพันธ์)
			๒. โครงการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	กผป. (ฝ่ายประชาสัมพันธ์)
	ตัวชี้วัด ๒.๔.๓ ร้อยละ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ของประชาชน	กผป.	๑. โครงการวันคุ้มครองผู้บริโภคไทย	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	กผป. (ฝ่ายประชาสัมพันธ์)
	ตัวชี้วัด ๒.๔.๔ ร้อยละ ความตระหนักในสิทธิและ หน้าที่ของผู้บริโภค		๒. โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมการเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคของภาคส่วนด้านการสื่อสาร	๕๐๐,๐๐๐	๕๐๐,๐๐๐	๕๐๐,๐๐๐	๕๐๐,๐๐๐	๕๐๐,๐๐๐	กผป. (ฝ่ายประชาสัมพันธ์)

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ					หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
ประเด็นที่ ๓ เรื่อง ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง									
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๑ การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการ บริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย	ตัวชี้วัด ๓.๑.๑ ร้อยละ ของกระบวนการบริการที่ ได้รับการปรับเปลี่ยนเป็น ดิจิทัล	กพบ./ สผพ.	๑. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการพัฒนาระบบบริหาร ราชการและการบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	กพบ.
			๒. โครงการพัฒนากระบวนการขององค์กรสู่ Digital Transformation	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	๓๖๐,๐๐๐	กพบ.
			๓. โครงการยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐขับเคลื่อนสู่ระบบ ราชการ ๔.๐ ของ สคป.	๑๘๐,๐๐๐	๑๘๐,๐๐๐	๑๘๐,๐๐๐	๑๘๐,๐๐๐	๑๘๐,๐๐๐	กพบ.
			๔. โครงการบริหารจัดการความรู้และเสริมสร้างพฤติกรรมของบุคลากร ตามค่านิยมและวัฒนธรรมของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๕๓,๐๐๐	๕๓,๐๐๐	-	-	-	กพบ.
			๕. โครงการการพัฒนาทักษะ ทักษะคิดและความสามารถบุคลากรของ หน่วยงานด้านดิจิทัล (Digital Transformation)	๕๐๐,๐๐๐	๕๐๐,๐๐๐	๕๐๐,๐๐๐	๕๐๐,๐๐๐	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
			๖. โครงการเพิ่มศักยภาพงานตรวจสอบภายใน	๑๘๐,๐๐๐	๑๘๐,๐๐๐	๑๘๐,๐๐๐	๑๘๐,๐๐๐	๑๘๐,๐๐๐	กตส.
	ตัวชี้วัด ๓.๑.๒ ระดับ ความสำเร็จของการ พัฒนาระบบเทคโนโลยี สารสนเทศและนวัตกรรม ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	สผพ.	๑. โครงการบริหารจัดการยกระดับการใช้งานโครงสร้างพื้นฐานและ แพลตฟอร์มของรัฐ	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
			๒. โครงการยกระดับระบบสำนักงาน (BackOffice) สู่ดิจิทัล	๒,๙๐๐,๐๐๐	๒,๙๐๐,๐๐๐	๒,๙๐๐,๐๐๐	๒,๙๐๐,๐๐๐	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
			๓. โครงการยกระดับระบบทะเบียนขายตรงและตลาดแบบตรง (OCPB Direct)	-	-	๓,๐๐๐,๐๐๐	๓,๐๐๐,๐๐๐	-	กคต./ สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
			๔. โครงการยกระดับระบบไกล่เกลี่ยข้อพิพาทออนไลน์ (OCPB Mediate)	-	-	๔,๐๐๐,๐๐๐	๔,๐๐๐,๐๐๐	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
			๕. โครงการนวัตกรรมการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (OCPB Connect +)	-	-	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
			๖. โครงการพัฒนาและสนับสนุนการให้เกิดการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์ม บริการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI Platform)	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ					หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
			๗. โครงการพัฒนาและสนับสนุนการใช้แพลตฟอร์มบริการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Platform)	-	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
			๘. โครงการจัดทำชุดข้อมูลตามกรอบธรรมาภิบาลและการกิจของหน่วยงาน	๓๐๐,๐๐๐	๓๐๐,๐๐๐	๓๐๐,๐๐๐	-	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
			๙. **โครงการพัฒนาระบบข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ (OCPB Big Data)	-	-	-	-	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
			๑๐. **โครงการพัฒนาระบบดิจิทัลการให้บริการเชื่อมโยงและบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (OCPB Connect Plus)	-	-	-	-	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
	ตัวชี้วัด ๓.๑.๓ ร้อยละความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ สคบ.	สกก./สผพ.	โครงการบริหารศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ.	๓,๖๒๔,๐๐๐	๓,๖๒๔,๐๐๐	๓,๖๒๔,๐๐๐	๓,๖๒๔,๐๐๐	๓,๖๒๔,๐๐๐	สกก. (ศูนย์รับเรื่อง)
	ตัวชี้วัด ๓.๑.๔ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	สผพ.	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	-	-	-	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
	ตัวชี้วัด ๓.๑.๕ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	สผพ.	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	-	-	-	-	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ)
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๒ การบริหารและพัฒนา ศักยภาพบุคลากรให้มี สมรรถนะสูง พร้อมกับเป็นคนดี คนเก่ง และมีความสุข	ตัวชี้วัด ๓.๒.๑ ระดับความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรบุคคล	สกก.	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	-	-	-	-	สกก. (ส่วนบริหารฯ)
	ตัวชี้วัด ๓.๒.๒ ร้อยละของบุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด	สกก.	๑. โครงการพัฒนาทักษะและสมรรถนะของบุคลากร สคบ. (อบรมภายใน) (ด้านการทำงานเป็นทีม บริการที่ดี มุ่งผลสัมฤทธิ์ และ สังคมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ)	๑,๖๑๕,๐๐๐	๑,๖๑๕,๐๐๐	๑,๖๑๕,๐๐๐	๑,๖๑๕,๐๐๐	๑,๖๑๕,๐๐๐	สกก. (ส่วนพัฒนาฯ)
			๒. โครงการพัฒนาทักษะและสมรรถนะของบุคลากร สคบ. (อบรมภายใน) (ด้านการยึดมั่นในความถูกต้อง ขอบธรรม เสริมสร้างจริยธรรม และต่อต้านการทุจริต)	๑๗๐,๐๐๐	๑๗๐,๐๐๐	๑๗๐,๐๐๐	๑๗๐,๐๐๐	๑๗๐,๐๐๐	สกก. (ส่วนพัฒนาฯ)

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ					หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
			๓. โครงการอบรมบุคลากรในหลักสูตรที่จัดโดยหน่วยงานภายนอก	๑,๕๕๕,๐๐๐	๑,๕๕๕,๐๐๐	๑,๕๕๕,๐๐๐	๑,๕๕๕,๐๐๐	๑,๕๕๕,๐๐๐	สกก. (ส่วนพัฒนาฯ)
			๔. โครงการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานสำนักงานเลขานุการกรม	๑,๖๒๐,๐๐๐	๑,๖๒๐,๐๐๐	๑,๖๒๐,๐๐๐	๑,๖๒๐,๐๐๐	๑,๖๒๐,๐๐๐	สกก.
	ตัวชี้วัด ๓.๒.๓ ร้อยละ ความพึงพอใจของบุคลากร ภายในองค์กร	สกก.	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	-	-	-	-	สกก. (ส่วนพัฒนาฯ)
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ ๓ การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคและแผน ทุกระดับได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด ๓.๓.๑ ร้อยละ ความสำเร็จในการ ขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)	สผพ.	โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)	๓,๐๐๐,๐๐๐	๓,๐๐๐,๐๐๐	๕,๐๐๐,๐๐๐	๓,๐๐๐,๐๐๐	๕,๐๐๐,๐๐๐	สผพ. (ส่วนประสานฯ)
	ตัวชี้วัด ๓.๓.๒ ร้อยละ ความสำเร็จในการ ขับเคลื่อนแผนปฏิบัติ ราชการ รายปี ของ สผพ.	สผพ.	โครงการจัดทำและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการของ สคป.	๑,๐๐๐,๐๐๐	๑,๐๐๐,๐๐๐	๑,๐๐๐,๐๐๐	๑,๐๐๐,๐๐๐	๑,๐๐๐,๐๐๐	สผพ. (ส่วนประสานฯ)
			โครงการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานสำนักแผนและการพัฒนาการ คุ้มครองผู้บริโภค	๑,๐๘๐,๐๐๐	๑,๐๘๐,๐๐๐	๑,๐๘๐,๐๐๐	๑,๐๘๐,๐๐๐	๑,๐๘๐,๐๐๐	สผพ. (ส่วนประสานฯ)
	ตัวชี้วัด ๓.๓.๓ ระดับ ความสำเร็จของการ บริหารจัดการข้อมูลเชิง สถิติขององค์กร	สผพ.	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	-	-	-	-	สผพ. (ส่วน วิชาการฯ) หลัก/ (ส่วนเทคโนโลยีฯ) สนับสนุน
รวม				๑๓๒,๑๗๕,๗๕๐	๑๔๒,๒๔๕,๗๕๐	๑๖๑,๕๔๑,๗๕๐	๑๕๕,๓๐๘,๒๕๐	๑๓๕,๓๗๒,๙๐๐	

หมายเหตุ: * เป็นโครงการที่ผลิตหรือผลลัพธ์ของโครงการสามารถตอบได้หลายตัวชี้วัด

** เป็นโครงการสำคัญภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

ประโยชน์ที่ได้รับจากแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของ สคบ.

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 และความผาสุกอันเกิดจากการรักษาสีทธิประโยชน์ต่าง ๆ

การติดตามและการประเมินผล

เพื่อให้การดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งการขับเคลื่อนการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้กำหนดรูปแบบและช่วงเวลาในการรายงานผลการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน ดังนี้

การจัดทำรายงานผล: หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดต้องรายงานผลการดำเนินงานตามที่กำหนด

การรายงานผล: หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดต้องรายงานผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกปี ซึ่งสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจะรวบรวมและจัดทำสรุปในภาพรวมขององค์กรเสนอให้ผู้บริหารทราบต่อไป

การประเมินผล: สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้แล้ว

ภาคผนวก

คำอธิบายรายละเอียดตัวชี้วัด
แผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๑ เรื่อง พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน	ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายของ สคบ. <u>คำอธิบาย</u> แผนพัฒนากฎหมายของ สคบ. ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ และแผนพัฒนากฎหมายของ สคบ. ประจำปี มีเป้าหมาย ดังนี้ (๑) การมีกฎหมายเพียงพอเท่าที่จำเป็น โดยยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมายที่หมดความจำเป็นล้าสมัย หรือไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ หรือที่เป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิต หรือการประกอบอาชีพ เพื่อให้เป็นภาระแก่ประชาชน (๒) การพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับหลักสากลและพันธกรณีระหว่างประเทศ (๓) การลดความซ้ำซ้อนและขัดแย้งกันของกฎหมาย (๔) การลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม (๕) การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ผลกระทบในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณากำหนดประเด็นหลักในการจัดทำกฎหมายใหม่ การปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม ยกเลิกกฎหมายเดิมในแต่ละปี <u>วิธีการวัดผล</u> จำนวนกฎหมายที่ดำเนินการบรรจุเป้าหมายภายใต้แผนฯ X ๑๐๐ จำนวนกฎหมายภายใต้แผนฯ	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	กกค.
๒) กลไกการเฝ้าระวังตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ	๑. ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด <u>คำอธิบาย</u> ๑. สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด หมายความว่า สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่เป็นไปตามมาตรฐานมาตรฐาน การกฎหมาย หรือข้อบังคับ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม และปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการตามสภาพและลักษณะการใช้งาน ทั้งนี้ รวมถึงการทำสัญญา และการโฆษณาสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ๒. ประเด็นการตรวจสอบ ประกอบด้วย ๑) การตรวจสอบการโฆษณา ๒) การตรวจสอบสินค้าตามที่มีคำสั่งห้ามขาย/สินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่น ๆ ทั่วไป ๓) การตรวจสอบสัญญา ๔) การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง <u>วิธีการวัดผล</u> (ปี ๖๓ ได้ร้อยละ ๖๙.๗๗) จำนวนของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด X ๑๐๐ จำนวนของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบทั้งหมด	ร้อยละ ๖๕	ร้อยละ ๖๗	ร้อยละ ๖๙	ร้อยละ ๗๑	ร้อยละ ๗๓	กคช./กคณ./ กคส./กคต.
	๒. ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัย/การละเมิดสิทธิที่ได้รับการดำเนินการ <u>คำอธิบาย</u> ๑. เรื่องแจ้งเตือนภัย/การละเมิดสิทธิ หมายถึง เรื่องที่ได้รับการแจ้งเบาะแสการสังเกต การเฝ้าระวัง เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่เข้าข่ายเป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค หรือไม่เป็นไปตามประกาศ คำสั่ง มาตรการแนวทาง หรือตามที่กฎหมายกำหนด ๒. เรื่องแจ้งเตือนภัย/การละเมิดสิทธิที่ได้รับการดำเนินการ หมายถึง เรื่องแจ้งเตือนภัย/การละเมิดสิทธิที่เจ้าหน้าที่ได้ดำเนินการตามขั้นตอน กระบวนการที่กำหนด	ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๕๕	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๖๕	ร้อยละ ๗๐	กคช./กคณ./ กคส./กคต.

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
	<u>วิธีการวัดผล</u> จำนวนเรื่องแจ้งเตือนภัย/การละเมิดสิทธิที่ได้รับการดำเนินการ X ๑๐๐ จำนวนเรื่องแจ้งเตือนภัย/การละเมิดสิทธิ						
	๓. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเฝ้าระวังตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย <u>คำอธิบาย</u> ศึกษาวิเคราะห์กระบวนการ/ขั้นตอน/วิธีการ/รูปแบบการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยจากข้อมูลที่ได้รับการแจ้งเบาะแส เพื่อออกแบบและพัฒนา ระบบการแจ้งเบาะแสด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ ๑ มีการรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลการเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัยจากข้อมูลที่ได้รับการแจ้งเบาะแส ระดับ ๒ มีการพัฒนาระบบการแจ้งเบาะแส ระดับ ๓ มีการพัฒนาระบบการเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย หรือส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องตามภารกิจ ระดับ ๔ มีการเชื่อมโยงข้อมูลการแจ้งเบาะแส การเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัยกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ระดับ ๕ มีการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้จากระบบการแจ้งเบาะแส การเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย	ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕	กคช./กคณ./ กคส./กคต.
๓) กระบวนการบริหารจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ที่รวดเร็วและเป็นธรรม	๑. ร้อยละของเรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาค้นได้ข้อยุติ <u>คำอธิบาย</u> เรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาค้นได้ข้อยุติ คือ การแก้ไขปัญหาร้องร้องทุกข์ในปัจจุบันและอดีตที่ได้รับการแจ้งเบาะแส ตามนิยามดังนี้ ๑) เรื่องที่เจ้าหน้าที่ดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยจนได้ข้อยุติหรือสำเร็จ ๒) เรื่องที่คณะกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยจนได้ข้อยุติหรือสำเร็จ และ ๓) เรื่องที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแล้วมีมติให้ยุติเรื่องหรือสั่งฟ้องดำเนินคดี <u>วิธีการวัดผล</u> ค่าเฉลี่ยร้อยละการแก้ไขปัญหาค้นได้ข้อยุติ (เรื่องคงค้าง และเรื่องรับใหม่)	ร้อยละ ๖๖	ร้อยละ ๖๘	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔	กคค./กคช./ กคณ./กคส./ กคต./สปปจ./ สผพ. (ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ)
	๒. ร้อยละความสำเร็จของการเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน <u>คำอธิบาย</u> เรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาค้นได้ข้อยุติ คือ การแก้ไขปัญหาร้องร้องทุกข์ในปัจจุบันและอดีตที่ได้รับการแจ้งเบาะแสตามนิยามดังนี้ ๑) เรื่องที่เจ้าหน้าที่ดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยจนได้ข้อยุติหรือสำเร็จ ๒) เรื่องที่คณะกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยจนได้ข้อยุติหรือสำเร็จ และ ๓) เรื่องที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแล้วมีมติให้ยุติเรื่องหรือสั่งฟ้องดำเนินคดี <u>วิธีการวัดผล</u> ค่าเฉลี่ยร้อยละการแก้ไขปัญหาค้นได้ข้อยุติ (เรื่องคงค้างและเรื่องรับใหม่)	ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๖๒	ร้อยละ ๖๔	สผพ. (ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ)
๔) กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพ	๑. จำนวนแนวทาง/มาตรการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ <u>คำอธิบาย</u> แนวทาง/มาตรการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ คือ แนวทาง/มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือหรือแนวทาง/มาตรการที่เป็นไปตามข้อตกลงระหว่างประเทศ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	สผพ. (ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ)

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
	<u>วิธีการวัดผล</u> ความสำเร็จในการจัดทำบันทึกความเข้าใจ/บันทึกข้อตกลงด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานต่างประเทศ						
	๒. ระดับความสำเร็จของความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ <u>คำอธิบาย</u> ดำเนินการภายใต้ข้อกำหนด/เงื่อนไขที่มีบันทึกความเข้าใจ/บันทึกข้อตกลงด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานต่างประเทศ <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ ๑ มีการจัดทำแผนขับเคลื่อนความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ (MOU/MOA) ระดับ ๒ มีการดำเนินการตามแผนที่กำหนด ระดับ ๓ มีการวิเคราะห์และจัดทำรายงานความก้าวหน้ารอบ ๖ เดือน ระดับ ๔ มีการวิเคราะห์และจัดทำรายงานความก้าวหน้ารอบ ๙ เดือน ระดับ ๕ มีการวิเคราะห์และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรอบ ๑๒ เดือน	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	สผพ. (ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ)

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์)

- ๑) การพัฒนามาตรการ แนวทาง และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- โดยการปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม ยกเลิกกฎหมายให้มีกฎหมายเพียงพอเท่าที่จำเป็น และพัฒนากฎหมายใหม่ให้มีความทันสมัย/ทันต่อสถานการณ์/ทั้งในเชิงป้องกันและแก้ไข
- * กฎหมาย หมายควมรวมถึง มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค หรือแนวทางในการบังคับใช้กฎหมาย ระดับประกาศ/ระเบียบ/คำสั่ง
- ๒) การพัฒนากลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยให้มีประสิทธิภาพ
- โดยการใช้ข้อมูลจากการแจ้งเบาะแสไปพัฒนากระบวนการเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัยให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็วและมีความเที่ยงตรง และการนำข้อมูลดังกล่าวรวมถึงข้อมูลเรื่องร้องราร้องทุกข์ไปวิเคราะห์ จัดกลุ่ม จัดลำดับความสำคัญ เพื่อดำเนินการตรวจสอบ ทดสอบพิสูจน์จนได้ผลลัพธ์ และนำข้อมูลที่ได้ไปแจ้งเตือนภัยผ่านระบบฯ ต่อไป
- ๓) ยกระดับกระบวนการบริหารจัดการเรื่องร้องทุกข์ให้มีความรวดเร็วและเป็นธรรม
- ๓.๑ การศึกษากระบวนการงานการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออก, ลดเวลาการรอคอย (Delay) นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการงานทุกขั้นตอนให้มีความสมบูรณ์ เพื่อเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการ
- ๓.๒ พัฒนาระบบการรับเรื่องร้องทุกข์ (Digital Transformation) ด้วยการใช้ปัญญาประดิษฐ์มาช่วยในการคัดกรองเรื่องร้องทุกข์ ก่อนส่งต่อหน่วยงานภายใน/ ภายนอกดำเนินการต่อไป
- ๓.๓ ผลักดันการเข้าใช้งานผ่านระบบร้องทุกข์และระบบใกล้เคียงออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวก และรวดเร็วในการดำเนินการให้แก่ประชาชน
- ๓.๔ ส่งเสริมการบูรณาการการแก้ไขปัญหาร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้วยการใช้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงฐานข้อมูล (OCPB Connect) ให้เต็มประสิทธิภาพ

๔) ขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

๔.๑ สร้างความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับต่างประเทศ เพื่อให้ได้แนวทาง/มาตรการ หรือบันทึกเข้าใจ/บันทึกข้อตกลงในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน

๔.๒ ขับเคลื่อนความร่วมมือทั้งในส่วนของบันทึกความเข้าใจ (MOU) และบันทึกข้อตกลง (MOA) ตามเจตนารมณ์ของความร่วมมือนั้น ๆ เพื่อให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

๔.๓ พัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดนให้มีประสิทธิภาพและมีความสมบูรณ์

แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๒ เรื่อง บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑) การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นมีผลสัมฤทธิ์	๑. ร้อยละของการแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำท้องถิ่น <u>คำอธิบาย</u> การแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำท้องถิ่น คือ การแต่งตั้งอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด การแต่งตั้งอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำกรุงเทพมหานคร การแต่งตั้งอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การแต่งตั้งอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเทศบาล และการแต่งตั้งอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล ตามคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค <u>วิธีการวัดผล</u> จำนวนการแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำท้องถิ่น X ๑๐๐ จำนวน อบท. ทั้งหมด (๗,๘๕๐ แห่ง)	ร้อยละ ๒๐ (๑,๕๗๐ แห่ง)	ร้อยละ ๔๐ (๓,๑๔๐ แห่ง)	ร้อยละ ๖๐ (๔,๗๑๐ แห่ง)	ร้อยละ ๘๐ (๖,๒๘๐ แห่ง)	ร้อยละ ๑๐๐ (๗,๘๕๐ แห่ง)	สปจ.
	๒. ระดับความสำเร็จของการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น <u>คำอธิบาย</u> การขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น คือ การส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และกำกับติดตาม การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตามคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแต่งตั้งคณะกรรมการในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ๑) รับเรื่องและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ๒) ติดตามสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ ๓) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ และ ๔) การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนให้มีความเข้มแข็ง <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ ๑ มีการจัดทำแผนพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๖๙) โดยกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานแต่ละปีให้มีความชัดเจน และนำเสนอต่อผู้บริหารให้ความเห็นชอบ ระดับ ๒ มีการดำเนินการตามแผนพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นตามเป้าหมายที่กำหนด ระดับ ๓ มีการวิเคราะห์และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรอบ ๖ เดือน ระดับ ๔ มีการวิเคราะห์และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรอบ ๙ เดือน ระดับ ๕ มีการวิเคราะห์และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรอบ ๑๒ เดือน	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	สปจ.
๒) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๑. จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ <u>คำอธิบาย</u> นโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายความว่า นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่ สคบ. เป็นเจ้าภาพเอง หรือที่ สคบ. ร่วมดำเนินการกับหน่วยงานอื่น <u>วิธีการวัดผล</u> ความสำเร็จของการขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	สผพ. (ส่วนประสานฯ)

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
	๒. ร้อยละของเครือข่ายคຸ້ມຄອງผู้บริโศคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด <u>คำอธิบาย</u> ๑) เครือข่ายคຸ້ມຄອງผู้บริโศค หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่มีการรวมกลุ่มโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการคຸ້ມຄອງผู้บริโศค จากภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ เครือข่ายภาคประชาสังคม เครือข่ายภาคผู้ประกอบการธุรกิจ เครือข่ายภาครัฐ เครือข่ายภาคสถานศึกษา เครือข่ายคຸ້ມຄອງผู้บริโศคระหว่างประเทศ ๒) เครือข่ายคຸ້ມຄອງผู้บริโศคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ เครือข่ายฯ ที่มีการดำเนินงานคຸ້ມຄອງผู้บริโศคตามหลักเกณฑ์การดำเนินงานของภาคีเครือข่ายแต่ละภาคส่วน โดยมีการดำเนินงานคຸ້ມຄອງผู้บริโศค ได้แก่ ๑) เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ หรือจัดการรณรงค์ให้ความรู้ ๒) การเฝ้าระวัง สอดส่องและตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจ และ ๓) การให้คำปรึกษา รับเรื่องราวร้องทุกข์ ช่วยเหลือ และ ๔) การประสานงานหน่วยงานภาครัฐ <u>วิธีการวัดผล</u> ค่าเฉลี่ยร้อยละของเครือข่ายคຸ້ມຄອງผู้บริโศคที่มีการดำเนินงานด้านการคຸ້ມຄອງผู้บริโศคตามเกณฑ์ที่กำหนด เครือข่ายคຸ້ມຄອງผู้บริโศคที่มีการดำเนินงานด้านการคຸ້ມຄອງผู้บริโศคตามเกณฑ์ที่กำหนด X ๑๐๐ เครือข่ายคຸ້ມຄອງผู้บริโศคทั้งหมด	ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๕๕	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๖๕	ร้อยละ ๗๐	กผป.
	๓. จำนวนองค์กรคຸ້ມຄອງผู้บริโศคคุณภาพ <u>คำอธิบาย</u> องค์กรคຸ້ມຄອງผู้บริโศคคุณภาพ หมายถึง องค์กรของผู้บริโศคที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด (โดยปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ กผป. มีการพิจารณาทบทวนหลักเกณฑ์ให้มีความเหมาะสม) <u>วิธีการวัดผล</u> องค์กรคຸ້ມຄອງผู้บริโศคคุณภาพต้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนด	๑๐ องค์กร	๑๒ องค์กร	๑๔ องค์กร	๑๖ องค์กร	๑๘ องค์กร	กผป.
๓) ผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมในการคຸ້ມຄອງผู้บริโศค	จำนวนแนวทาง/มาตรการด้านการคຸ້ມຄອງผู้บริโศคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ <u>คำอธิบาย</u> แนวทาง/มาตรการด้านการคຸ້ມຄອງผู้บริโศคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ หมายถึง แนวทางหรือมาตรการในการปฏิบัติร่วมกับผู้ประกอบการในการแก้ไขปัญหาการคຸ້ມຄອງผู้บริโศค ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนี้ (๑) ต้นน้ำ ได้แก่ การให้ความรู้ด้านการคຸ້ມຄອງผู้บริโศคแก่ผู้ประกอบการ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบของภาครัฐ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นต้น (๒) กลางน้ำ ได้แก่ การผลักดันให้ผู้ประกอบการมีมาตรการหรือจรรยาบรรณในการรับผิดชอบต่อผู้บริโศค หรือการส่งเสริมผู้ประกอบการที่ดี เช่น การมอบตราสัญลักษณ์ โล่รางวัล เป็นต้น และ (๓) ปลายน้ำ ได้แก่ แนวทาง/มาตรการในการแก้ไขปัญหาหรือเยียวยาผู้บริโศคกรณีที่ถูกละเมิดสิทธิการให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎหมาย <u>วิธีการวัดผล</u> ความสำเร็จในการขับเคลื่อนแนวทาง/มาตรการด้านการคຸ້ມຄອງผู้บริโศคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	กคช./ กคฉ./ กคส./ กคต.

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๔) ประชาชนทุกคน ตระหนักในสิทธิและ หน้าที่ของผู้บริโภค	๑. ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูล ข่าวสารและองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค <u>คำอธิบาย</u> การบริหารจัดการข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ (Information Management) คือ การรวบรวม การจัดเก็บ การบริหาร และการประมวลข้อมูล ให้ได้มาซึ่งข้อมูล ที่มีประโยชน์ และพร้อมนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ต่อไป <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ ๑ มีการรวบรวมและศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค ของ สคบ. และข้อมูลจาก OCPB Connect พร้อมจัดเก็บ โดยจำแนกประเภทของข้อมูล/สื่อ และแสดงให้เห็นถึงการอัปเดตข้อมูลทั้งหมด ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ระดับ ๒ - ระดับ ๓ ออบแบบและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้แล้วเสร็จ สามารถ อำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการข้อมูล ข่าวสารและองค์ความรู้ด้าน การคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระดับ ๔ - ระดับ ๕ มีการเชื่อมโยงข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ กับหน่วยงานต่าง ๆ	ระดับ ๓	ระดับ ๕	-	-	-	กผป.
	๒. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ <u>คำอธิบาย</u> การพัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ การ พัฒนาวิธีการนำเสนอ รูปแบบของสื่อ เนื้อหาของสื่อ (Content) เพื่อให้การ เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสมและ มีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดทำแผนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ของ สคบ. พร้อมกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานในแต่ละปี อย่างชัดเจน รวมถึงมีการประเมินผลการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ในมิติต่าง ๆ เช่น (๑) การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของ สคบ. (๒) ยอดผู้ติดตาม (๓) ยอดการแชร์ (๔) การกดถูกใจ (๕) จำนวนสื่อที่นำเสนอ และ (๖) คอมเมนต์ด้านบวก/ด้านลบ รวมถึงวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค พร้อม ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา และจัดทำรายงานเสนอต่อผู้บริหารเพื่อรับทราบ ความก้าวหน้า <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ ๑ ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูล วิธีการการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ ระดับ ๒ จัดทำแผนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ สคบ. รายปี และระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) กำหนดเป้าหมายการ ดำเนินงานในแต่ละปีอย่างชัดเจน โดยแจ้ง สผพ.และผู้บริหารทราบ ระดับ ๓ จำนวนสื่อที่เผยแพร่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ระดับ ๔ ประเมินผลการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ สคบ. ระดับ ๕ วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค พร้อมข้อเสนอแนะและจัดทำรายงานเสนอ ผู้บริหารรับทราบ	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	กผป.
	๓. ร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคของประชาชน <u>คำอธิบาย</u> ผลการสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจาก ประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ ในระยะครึ่งแผน (พ.ศ. ๒๕๖๘) และสิ้นสุดแผน (พ.ศ.	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๓	ร้อยละ ๗๖	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๔	กผป.

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
	๒๕๗๐) ให้บุคคลที่สาม (third party) ดำเนินการสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน เพื่อให้ผลการสำรวจมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องตามหลักวิชาการ <u>วิธีการวัดผล</u> ผลการสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากประชาชน						
	๔. ร้อยละความตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค <u>คำอธิบาย</u> ผลการสำรวจความตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคของประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ ในระยะครึ่งแผน (พ.ศ. ๒๕๖๘) และสิ้นสุดแผน (พ.ศ. ๒๕๗๐) ให้บุคคลที่สาม (third party) ดำเนินการสำรวจความตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคของประชาชน เพื่อให้ผลการสำรวจมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องตามหลักวิชาการ <u>วิธีการวัดผล</u> ผลการสำรวจความตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคของประชาชน	ร้อยละ ๖๘	ร้อยละ ๗๑	ร้อยละ ๗๔	ร้อยละ ๗๗	ร้อยละ ๘๐	กผป.

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์)

- ๑) ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- ๑.๑ การเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้สามารถดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น จัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน การจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมพนักงานเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น การสัมมนาเพิ่มทักษะเฉพาะด้าน การเป็นพี่เลี้ยงให้คำแนะนำ ปรึกษาทั้งด้านเทคนิค วิชาการ และการดำเนินงาน รวมถึงการถอดบทเรียนต่าง ๆ ร่วมกัน

๑.๒ พัฒนาระบบงาน และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

๑.๓ การประเมินผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นในมิติต่าง ๆ เพื่อนำผลการประเมินไปปรับปรุงการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งได้แก่ ๑) การรับเรื่องและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ๒) การติดตามสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ ๓) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ และ ๔) การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนให้มีความเข้มแข็ง

๑.๔ การส่งเสริม สนับสนุน รวมถึงการสร้างแรงจูงใจในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

- ๒) ผลักดันให้ภาคีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๒.๑ ผลักดันการขับเคลื่อนการดำเนินงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทั่วถึงและครอบคลุมในทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับเยาวชนในสถานศึกษามากเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในการบริโภคสินค้าและบริการ

๒.๒ ยกระดับองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคให้มีคุณภาพมากขึ้น ทั้งในส่วนของระเบียบ หลักเกณฑ์ กระบวนการรับรองคุณภาพ เครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการองค์กร รวมถึงการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

๓) การส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบการธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมาย มีการออกมาตรการเพื่อกำกับดูแลตนเอง และมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

๔) สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

๔.๑ พัฒนาการบริหารจัดการข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ สคบ. ให้มีการรวบรวม การจัดเก็บ การบริหาร และการประมวลข้อมูล ให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีประโยชน์ สามารถนำเนื้อหาไปดำเนินการจัดทำสื่อให้อยู่ในรูปแบบที่น่าสนใจ และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่เหมาะสมได้มีประสิทธิภาพ

๔.๒ พัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ สคบ. โดยมีการพัฒนาเนื้อหา และรูปแบบของสื่อให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพื่อให้มียอดผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของ สคบ. ทุกช่องทางเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีประเมินผลการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จากข้อมูล (๑) ยอดผู้ติดตาม (๒) ยอดการแชร์ (๓) การกดถูกใจ (๔) จำนวนสื่อที่นำเสนอ และ (๕) คอมเมนต์ด้านบวก/ด้านลบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนา การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ และประชาชนเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ได้มากขึ้น รวมถึง การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถที่ทันสมัย ในการจัดทำและเผยแพร่สื่อในยุคดิจิทัล

๔.๓ ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการสำรวจการรับรู้ และความรู้ความเข้าใจ เพื่อพัฒนารูปแบบ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มและกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการวิจัยเชิงพฤติกรรมเพื่อศึกษาพฤติกรรม ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากเกิดการรับรู้และได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

๔.๔ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เช่น ผู้สื่อข่าว ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์จังหวัด รวมถึงหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิด การบูรณาการการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

แผนปฏิบัติราชการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๓ เรื่อง ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑) สคบ. มีการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย	๑. ร้อยละของกระบวนการบริการที่ได้รับ การปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัล <u>คำอธิบาย</u> กระบวนการบริการ หมายถึง กระบวนการที่ให้บริการประชาชนหรือกระบวนการที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ และการปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัล หมายถึง การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสิ้นสุดกระบวนการ	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๙๐	ร้อยละ ๑๐๐	กพบ./สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ)
	๒. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค <u>คำอธิบาย</u> การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการทำงานของเจ้าหน้าที่ โดยการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเดิมที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น หรือการพัฒนากระบวนการใหม่ <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ ๑ มีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ระดับ ๒ - ระดับ ๓ มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๑ ระบบ ระดับ ๔ - ระดับ ๕ มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๒ ระบบ	ระดับ ๓	ระดับ ๓	ระดับ ๓	ระดับ ๓	ระดับ ๓	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ)
	๓. ร้อยละความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ สคบ. <u>คำอธิบาย</u> ประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการจากช่องทาง (๑) สายด่วน ๑๑๖๖ (๒) การให้บริการ ณ ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑) และ (๓) ระบบสารสนเทศให้บริการประชาชนของ สคบ. (ปีละอย่างน้อย ๑ ระบบ) <u>วิธีการวัดผล</u> ผลการสำรวจความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ สคบ.	ร้อยละ ๘๒	ร้อยละ ๘๔	ร้อยละ ๘๖	ร้อยละ ๘๘	ร้อยละ ๙๐	สลก. (ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ผู้บริโภค)/ สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ)

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
	๔. ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม <u>คำอธิบาย</u> - บุคลากร หมายถึง ข้าราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างเหมาบริการ ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค - เทคโนโลยีและนวัตกรรม คือ การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการ จะถูกนำมาประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลงของยุคโลกาภิวัตน์ - พิจารณาจากผลสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรทั้งหมดที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน - การสำรวจประกอบด้วยประเด็นสำคัญ ดังนี้ ๑. ความพึงพอใจต่อการพัฒนาบุคลากรในด้านระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรม ๒. ความพึงพอใจต่อระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมการอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน ๓. ความพึงพอใจต่อการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานแบบ Smart office ๔. ความพึงพอใจต่อภาพรวมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ สคบ. <u>วิธีการวัดผล</u> *เกณฑ์การประเมิน : ช่วงปรับเกณฑ์การประเมิน + / - ร้อยละ ๕ ต่อ ๑ คะแนน โดยกำหนดเกณฑ์การประเมิน ดังนี้ ระดับ ๑ : ๕๑ – ๖๐ ระดับ ๒ ๖๑ – ๗๐ ระดับ : ๓ ๗๑ – ๘๐ ระดับ ๔ : ๘๑ – ๙๐ ระดับ ๕ : ๙๑ - ๑๐๐ สูตรการคำนวณ : <u>$SUM (คะแนนระดับความพึงพอใจ + ... n) \times 1000$</u> <u>$5 \times n$</u>	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๗๕	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ)
๒) บุคลากรของ สคบ. มีสมรรถนะสูง เป็นคนดี คนเก่ง และมีความผาสุก	๑. ระดับความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรบุคคล <u>คำอธิบาย</u> แผนบริหารทรัพยากรบุคคล หมายถึง การกำหนดวิธีการหรือแนวทางการจัดการทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ เช่น การสรรหา บรรจุ แต่งตั้งบุคลากร การสร้างความก้าวหน้าในหน้าที่การงานให้แก่บุคลากร และการบริหารบุคลากรที่มีทักษะหรือสมรรถนะสูง เป็นต้น <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ ๑ มีการจัดทำแผนบริหารทรัพยากรบุคคลประจำปี ระดับ ๒ มีการดำเนินการตามแผนบริหารทรัพยากรบุคคล ระดับ ๓ มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรอบ ๖ เดือน ระดับ ๔ มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรอบ ๙ เดือน ระดับ ๕ มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรอบ ๑๒ เดือน	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	สลก. (ส่วนบริหารทรัพยากรบุคคล)

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
	๒. ร้อยละของบุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด <u>คำอธิบาย</u> ๑) บุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ เป็นไปตามแผนพัฒนารายบุคคลที่มีการวิเคราะห์ความต้องการและความจำเป็นในการพัฒนาจากบริบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดเกณฑ์เนื้อหาในการพัฒนา ดังนี้ ๑) ทักษะเฉพาะทางที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากผลการประเมินการปฏิบัติราชการของบุคคล และ ๒) ทักษะ หรือคุณลักษณะอื่น เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน เช่น ๑) ความเชี่ยวชาญ/ความรู้/ภาษา/เทคโนโลยี ๒) ภาวะผู้นำ/คุณธรรม/จริยธรรม/ความรับผิดชอบ/ซื่อสัตย์สุจริต ๓) จิตอาสา/บริการ/ทำงานเป็นทีม และ ๔) เก่งคิด/เก่งปฏิบัติ/ประยุกต์ใช้ความรู้ ๒) ร้อยละของบุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด หมายถึง จำนวนบุคลากรทั้งสายงานหลัก และสายงานสนับสนุน และต้องประกอบด้วย ข้าราชการ และพนักงานราชการ ที่ได้รับการพัฒนาด้วยรูปแบบวิธีการต่าง ๆ ภายใต้แผนพัฒนารายบุคคล <u>วิธีการวัดผล ค่าเฉลี่ย</u> <u>จำนวนบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาตามแผนพัฒนารายบุคคล X ๑๐๐</u> จำนวนบุคลากรทั้งหมด (ข้าราชการ และพนักงานราชการ)	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๙๐	ร้อยละ ๑๐๐	สลก. (ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล)
	๓. ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กร <u>คำอธิบาย</u> ผลการสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กร	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔	ร้อยละ ๗๖	ร้อยละ ๗๘	ร้อยละ ๘๐	สลก. (ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล)
๓) สคบ. สามารถขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๑. ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) <u>คำอธิบาย</u> วัดจากความสำเร็จของตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) <u>วิธีการวัดผล</u> <u>จำนวนตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฯ ที่บรรลุเป้าหมาย X ๑๐๐</u> จำนวนตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฯ	ร้อยละ ๖๕	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๕	สผพ. (ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน)
	๒. ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการ รายปี ของ สคบ. <u>คำอธิบาย</u> วัดจากความสำเร็จของตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค <u>วิธีการวัดผล</u> <u>จำนวนตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการฯ ที่บรรลุเป้าหมาย X ๑๐๐</u> จำนวนตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการฯ	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๕	ร้อยละ ๙๐	สผพ. (ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน)

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
	๓. ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร <u>คำอธิบาย</u> การบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร คือ การรวบรวม จัดเก็บ วิเคราะห์ข้อมูล และการจัดทำรายงานในมิติต่าง ๆ ตามภารกิจขององค์กรจากข้อมูลการแก้ไขปัญหาแก่ผู้บริโภค ข้อมูลการตรวจสอบผู้ประกอบการ ข้อมูลการฟ้องดำเนินคดีแทนผู้บริโภค ข้อมูลการใช้จ่ายงบประมาณ ผลการดำเนินงานตามภารกิจขององค์กร ฯลฯ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สามารถจัดเก็บได้ในเชิงปริมาณ <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ ๑ รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูลเชิงสถิติทั้งหมดขององค์กร (แยกประเภท หมวดหมู่ แหล่งที่มาของข้อมูล) และการจัดทำรายงานเชิงสถิติที่สำคัญขององค์กร ระดับ ๒ - ระดับ ๓ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ในการบริหารจัดการข้อมูล ระดับ ๔ - ระดับ ๕ สามารถนำเสนอข้อมูลเชิงสถิติขององค์กรในมิติต่าง ๆ ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีข้อมูลเป็นปัจจุบัน	ระดับ ๓	ระดับ ๕	-	-	-	สผพ. (ส่วนวิชาการวางแผนและติดตามประเมินผล (หลัก)/ ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ (สนับสนุน))

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์)

- ๑) การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย
- ๑.๑ พัฒนาบุคลากรให้มีทัศนคติในการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่แวดล้อมไปด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างสุดขีดหรือ Digital Mindset และพัฒนาทักษะด้าน Digital Skill ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินงานในปัจจุบันเป็นอย่างมาก
- ๑.๒ พิจารณาปรับกระบวนการงานให้มีเฉพาะขั้นตอนที่จำเป็น/ ทันสมัย/รวดเร็ว และนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามภารกิจของ สคบ. หรือ Digital Transformation คือ กระบวนการในการนำเทคโนโลยีมาสร้างสิ่งใหม่ หรือเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานในรูปแบบเก่าให้เหมาะสมกับยุคดิจิทัลที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการบริหารจัดการองค์กรสมัยใหม่ ให้มีความพร้อมในการบริการภาครัฐอัจฉริยะ (Smart Governance) (*เทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น การพัฒนาระบบฐานข้อมูล การเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การพยากรณ์ข้อมูล การนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการปฏิบัติงาน การใช้เทคโนโลยีจำลองแบบ อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์/ซอฟต์แวร์ที่ทันสมัย)
- ๒) การบริหารและพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีสมรรถนะสูง พร้อมกับเป็นคนดี คนเก่ง และมีความสุข
- ๒.๑ จัดทำแผนบริหารทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ขององค์กร ครอบคลุมทุกมิติ เช่น การบริหารบุคลากรที่มีทักษะหรือสมรรถนะสูง การสร้างความก้าวหน้าในหน้าที่การงานแก่บุคลากร การสรรหา

บรรจุ แต่งตั้งบุคลากร และการจัดระบบฐานข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการจัดเก็บ สืบค้น วิเคราะห์บริหารจัดการทรัพยากรบุคคลได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

๒.๒ จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP: Individual Development Plan) หมายถึง กรอบหรือแนวทาง ในการพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานให้สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามเป้าหมายในสายอาชีพของตน เป็นการเพิ่ม ประสิทธิภาพให้กับบุคลากร ตลอดจนทำให้บุคลากรมีความเติบโตก้าวหน้าและทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาร่วมดำเนินการวางแผนพัฒนารายบุคคลของหน่วยงาน ตามความเหมาะสมและความจำเป็นในการพัฒนาในแต่ละปี ซึ่งการพัฒนาบุคลากรสามารถดำเนินการได้ ๒ รูปแบบ คือ แบบที่เป็นทางการ เช่น การบรรยาย การฝึกอบรม เป็นต้น และแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น การเป็นที่ปรึกษา การสอน เนาะ (Coaching) และการสอนงานอย่างใกล้ชิด เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องมีการวางแผนกำหนดหลักสูตร ขอบเขตเนื้อหา ผู้เข้ารับการพัฒนา วิธีการพัฒนา วัตถุประสงค์ ช่วงเวลา วิธีการประเมินผล และการติดตามผลการพัฒนา เพื่อให้ สามารถนำความรู้ไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป้าหมายการพัฒนา คือ บุคลากรในหน่วยงานที่ได้รับการ พัฒนอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง และมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละที่กำหนด

๒.๓ จัดทำแผนเสริมสร้างความผาสุกภายในองค์กร โดยการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความผาสุกและความพึงพอใจ ของบุคลากรในด้านต่าง ๆ ได้แก่ บรรยากาศในการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงาน แล้วนำปัจจัยต่าง ๆ มาจัดลำดับ ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผาสุกและความพึงพอใจของบุคลากร ให้มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Quality Award: PMQA) หมวด ๕ การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล เพื่อเป็นกรอบแนวทาง ในการดำเนินการเสริมสร้างความผาสุกและความพึงพอใจให้กับบุคลากร ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจ ขวัญกำลังใจ ทำให้ เกิดความผูกพันในองค์กร มีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงาน ผลักดันให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ นำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร

๓) การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓.๑ การขับเคลื่อนการดำเนินงานของ สคบ. ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันการพัฒนาศักยภาพ ของประเทศในภาพรวม รวมถึงการขับเคลื่อนแผนทุกระดับขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมาย

๓.๒ พัฒนาการบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร เพื่อให้มีศูนย์รวมข้อมูลเชิงสถิติขององค์กรที่ทันสมัย สามารถสืบค้นข้อมูลได้แบบ real time โดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลในมิติต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายหรือทิศทางขององค์กร พร้อมทั้งสามารถนำมาวิเคราะห์ สภาพองค์กรเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนางานในแต่ละด้านตามภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปข้อมูลตัวชี้วัดภายใต้

แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางสรุปข้อมูลตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑	ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายของ สคบ.	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	กกค.
๒	ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด	๖๕	๖๗	๖๙	๗๑	๗๓	กคช./กคณ./กคส./กคต.
๓	ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัย/การละเมิดสิทธิที่ได้รับการดำเนินการ	๕๐	๕๕	๖๐	๖๕	๗๐	กคช./กคณ./กคส./กคต.
๔	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย	๑	๒	๓	๔	๕	กคช./กคณ./กคส./กคต.
๕	ร้อยละของเรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหานั้นได้ข้อยุติ	๖๖	๖๘	๗๐	๗๒	๗๔	กกค./กคช./ กคณ./กคส./ กคต./สปจ./ สผพ. (ส่วน ตปท.)
๖	ร้อยละความสำเร็จของการเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน	๕๖	๕๘	๖๐	๖๒	๖๔	สผพ. (ส่วน ตปท.)
๗	จำนวนแนวทาง/มาตรการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	สผพ. (ส่วน ตปท.)
๘	ระดับความสำเร็จของความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ	๕	๕	๕	๕	๕	สผพ. (ส่วน ตปท.)
๙	ร้อยละของการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำท้องถิ่น	๒๐ (๑,๕๗๐ แห่ง)	๔๐ (๓,๑๔๐ แห่ง)	๖๐ (๔,๗๑๐ แห่ง)	๘๐ (๖,๒๘๐ แห่ง)	๑๐๐ (๗,๘๕๐ แห่ง)	สปจ.
๑๐	ระดับความสำเร็จของการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	๕	๕	๕	๕	๕	สปจ.
๑๑	จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	สผพ. (ส่วนประสานฯ)
๑๒	ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด	๕๐	๕๕	๖๐	๖๕	๗๐	กผป.
๑๓	จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ	๑๐ องค์กร	๑๒ องค์กร	๑๔ องค์กร	๑๖ องค์กร	๑๘ องค์กร	กผป.
๑๔	จำนวนแนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	๑ แนวทาง/ มาตรการ	กคช./กคณ./กคส./กคต.
๑๕	ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูล ข่าวสาร และองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๕	-	-	-	กผป.
๑๖	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	๕	๕	๕	๕	๕	กผป.
๑๗	ร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน	๗๐	๗๓	๗๖	๘๐	๘๔	กผป.

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑๘	ร้อยละความตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค	๖๘	๗๑	๗๔	๗๗	๘๐	กผป.
๑๙	ร้อยละของกระบวนการงานบริการที่ได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัล	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐	กพบ./ สผพ. (ส่วนเทคโนโลยี)
๒๐	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๓	๓	๓	๓	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยี)
๒๑	ร้อยละความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ สคบ.	๘๒	๘๔	๘๖	๘๘	๙๐	สกก. (ศูนย์รับเรื่อง)/สผพ. (ส่วนเทคโนโลยี)
๒๒	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	๗๕	๗๕	๗๕	๗๕	๗๕	สผพ. (ส่วนเทคโนโลยี)
๒๓	ระดับความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรบุคคล	๕	๕	๕	๕	๕	สกก. (ส่วนบริหารทรัพยากรบุคคล)
๒๔	ร้อยละของบุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐	สกก. (ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล)
๒๕	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กร	๗๒	๗๔	๗๖	๗๘	๘๐	สกก. (ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล)
๒๖	ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)	๖๕	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	สผพ. (ส่วนประสานฯ)
๒๗	ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการ รายปีของ สคบ.	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	สผพ. (ส่วนประสานฯ)
๒๘	ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร	๓	๕	-	-	-	สผพ. (ส่วนวิชาการฯ) (หลัก)/ (ส่วนเทคโนโลยี) (สนับสนุน)

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการ
ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการ
คุ้มครองผู้บริโภค



คำสั่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ที่ ๗๑ / ๒๕๖๔

เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ด้วย สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จะดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการปฏิบัติการของ สคบ. ให้มีประสิทธิภาพ เท่าทันต่อสถานการณ์ มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ นโยบายรัฐบาล และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น เพื่อให้การปฏิบัติการของ สคบ. ดำเนินการเป็นไปตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ (มาตรา ๑๖) และระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเพื่อเป็นการกำหนดทิศทางของ สคบ. ให้มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนต่อความสำเร็จของแผนทั้ง ๓ ระดับ ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐ จึงแต่งตั้งคณะทำงานจัดทำและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีองค์ประกอบ หน้าที่และอำนาจ ดังนี้

องค์ประกอบ

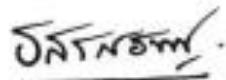
๑. ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค	ประธานคณะทำงาน
๒. ผู้แทนสำนักงานเลขาธิการกรม	คณะทำงาน
๓. ผู้แทนกองกฎหมายและคดี	คณะทำงาน
๔. ผู้แทนกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา	คณะทำงาน
๕. ผู้แทนกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก	คณะทำงาน
๖. ผู้แทนกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา	คณะทำงาน
๗. ผู้แทนกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	คณะทำงาน
๘. ผู้แทนกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	คณะทำงาน
๙. ผู้แทนกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	คณะทำงาน
๑๐. ผู้แทนกลุ่มตรวจสอบภายใน	คณะทำงาน
๑๑. ผู้แทนสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด	คณะทำงาน
๑๒. ผู้แทนส่วนวิชาการ วางแผน และติดตามประเมินผล	คณะทำงาน
๑๓. ผู้แทนส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ	คณะทำงาน
๑๔. ผู้แทนส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ	คณะทำงาน
๑๕. ผู้อำนวยการส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน	เลขานุการคณะทำงาน
๑๖. เจ้าหน้าที่ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน	ผู้ช่วยเลขานุการคณะทำงาน
ที่ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมาย	

หน้าที่ ...

หน้าที่และอำนาจ

๑. ศึกษา และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดทำแผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 ๒. จัดทำแผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 ๓. กำหนดแนวทางการขับเคลื่อน การกำกับ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 ๔. ประสานและส่งเสริมการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 ๕. รวบรวมและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 ๖. ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมาย
- ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๖ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๕



(นายธรรณัฏฐ์ ธนธิพันธ์)
เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค