



รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ รายปี พ.ศ. 2563
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค

พฤศจิกายน 2563

วิสัยทัศน์

“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”

คำอธิบาย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จะพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภค โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางด้วยการบริหารจัดการองค์กรให้มีความทันสมัย พร้อมบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภค ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐด้วยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระบบต่าง ๆ และพัฒนานวัตกรรมบริการมาใช้ในทุกกระบวนการ เพื่อยกระดับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เทียบเท่าระดับสากลในทุกมิติ ควบคู่กับการเร่งศึกษา พัฒนา ทบทวน และปรับปรุงกฎหมาย รวมถึงมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ ให้ทันต่อกระแสการบริโภคนิยมของโลก และรองรับการพิพาท การละเมิดสิทธิผู้บริโภคในทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความโปร่งใสและเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค รวมทั้งให้ได้ รับความยุติธรรมและความรวดเร็วจากกระบวนการชดเชยเยียวยาความเสียหายด้วย พร้อมทั้งสร้างความรู้ความเข้าใจ ให้เกิดการตระหนักรู้ในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง ของภาคีเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันสร้างสังคมการบริโภคที่ยั่งยืนตามหลักการ ของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

พันธกิจ

1. พัฒนากฎหมาย มาตรการ ตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่างๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อ สถานการณ์ปัจจุบัน
2. พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกัน ควบคุม/กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. พัฒนานวัตกรรมและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชน สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว
4. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และสามารถปกป้องสิทธิของตนได้
5. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถดำเนินงานคุ้มครอง ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. ส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วนให้มีการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับอย่างเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 เรื่อง การพัฒนาทั่วโลก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่อง พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 เรื่อง พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

ตารางแสดงความเชื่อมโยง ยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ตามแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. 2563 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์/ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	ค่าเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ 1 การพัฒนา กลไก มาตรการ หรือ แนวทางการคุ้มครอง ผู้บริโภค ตัวชี้วัด 1) สินค้าหรือบริการหรือ สถานประกอบการที่ได้รับการ ตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด : ร้อยละ 60 ตัวชี้วัด 2) กฎหมายด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการ พัฒนา : จำนวน 5 ฉบับ	กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบการ หรือแนวทางการ ตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้อง และปลอดภัย	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถาน ประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ	10	กคณ./กคส./กคฆ./กคต./ สพจ.
	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ ทันต่อสภาพปัญหา	ระดับความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายการ คุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ 5	กคค.
	กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนามาตรการ หรือแนวทางการ บังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยา ผู้บริโภค	จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการ พัฒนา	8 เรื่อง	กคค./ กคฆ./ กคณ./ กคส./ กคต.
	กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้ง เตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการ ดำเนินการ	ร้อยละ 50	กคณ. (ศูนย์เฝ้าระวัง)
	กลยุทธ์ที่ 5 การขับเคลื่อนนโยบายด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ	จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มี การบูรณาการ	1 นโยบาย	สพพ.
ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนา ข้อมูลสารสนเทศ การ สื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อ การคุ้มครองผู้บริโภค ตัวชี้วัด 1) ร้อยละความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งาน ระบบฐานข้อมูลการติดตาม ขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่อง ร้องเรียน : ร้อยละ 80 ตัวชี้วัด 2) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของ ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ : ร้อยละ 10	กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยง ข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูล การคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ 3	สพพ. (สทศ.)
	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนานวัตกรรมสารสนเทศเพื่อ ยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการ คุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระดับ 2	หลัก:สพพ. (สทศ.) สนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง
	กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิง บูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มี ประสิทธิภาพ	จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	1 นวัตกรรม	หลัก: สพพ. (สทศ.) สนับสนุน:ทุกสำนัก/ กอง
	กลยุทธ์ที่ 4 การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภค ให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ ยั่งยืน	ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการ เฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ	ระดับ 3	กคณ./ สพพ. (สทศ.)
	กลยุทธ์ที่ 5 การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภค ให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ ยั่งยืน	จำนวนองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ เผยแพร่ต่อผู้บริโภค	100	กพป.

ยุทธศาสตร์/ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	ค่าเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ
ตัวชี้วัด 3) ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน : ร้อยละ 60		จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุง	5 เรื่อง	กกค./ กคฉ./กคส./ กคฆ./ กคต./สปจ./กผป./ สผพ.
		จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	10	ทุกสำนัก/ กอง
ตัวชี้วัด 4) ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค : ร้อยละ 60	กลยุทธ์ที่ 5 การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย	จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ	120	กผป.
ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ตัวชี้วัด 1) ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา : ร้อยละ 30 ตัวชี้วัด 2) จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ : -	กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคใน ส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติในส่วนภูมิภาค	50	สปจ.
		ร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	10	สปจ.
	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ 3	กผป./ สผพ.
	กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค	5	กผป.
		จำนวนผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านการอบรม	30	กผป.
		จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา	- บุคลากรจาก 76 จังหวัด - บุคลากรจาก อปท. 50 แห่ง	สปจ.
กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนผู้ประกอบการที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.	30	กกค./ กคฉ./ กคส./ กคฆ./ กคต./ สปจ./กผป./ สผพ.	
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ	กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของแผนพัฒนาบุคลากร	70	สลก.
	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามกระบวนการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	75	สลก.

ยุทธศาสตร์/ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	ค่าเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ
<p>.....</p> <p>ตัวชี้วัด 1 ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ : ร้อยละ 80</p> <p>ตัวชี้วัด 2 ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร : ร้อยละ 75</p>	<p>กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)</p>	<p>ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน</p>	75	สผพ./ กพบ.
		<p>ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น 1)</p>	80	ศูนย์ 1166
		<p>ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ</p>	90	กพบ.
	<p>กลยุทธ์ที่ 4 การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	ระดับ 3	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง
		<p>ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1</p>	ระดับ 3	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง
	<p>กลยุทธ์ที่ 5 การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี</p>	<p>ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี</p>	80	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง

แผนผังแสดงรายละเอียดของแผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ. 2563 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

♦ วิสัยทัศน์ (Vision) ♦

“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”

♦ พันธกิจ (Mission) ♦

1. พัฒนากฎหมาย มาตรการ ตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่างๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

2. พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกัน ควบคุม/กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. พัฒนาวัตถุกรรมและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

4. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และสามารถปกป้องสิทธิของตนได้

5. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วนให้มีการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์ 1 การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

- ♦ กลยุทธ์ 1 พัฒนาระบบการ หรือแนวทางการตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้องและปลอดภัย
- ♦ กลยุทธ์ 2 พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสภาพปัญหา
- ♦ กลยุทธ์ 3 พัฒนามาตรการ หรือแนวทางการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค
- ♦ กลยุทธ์ 4 พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- ♦ กลยุทธ์ 5 การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ

ยุทธศาสตร์ 2 พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

- ♦ กลยุทธ์ 1 พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- ♦ กลยุทธ์ 2 พัฒนาวัตถุกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ♦ กลยุทธ์ 3 พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- ♦ กลยุทธ์ 4 การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน
- ♦ กลยุทธ์ 5 การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

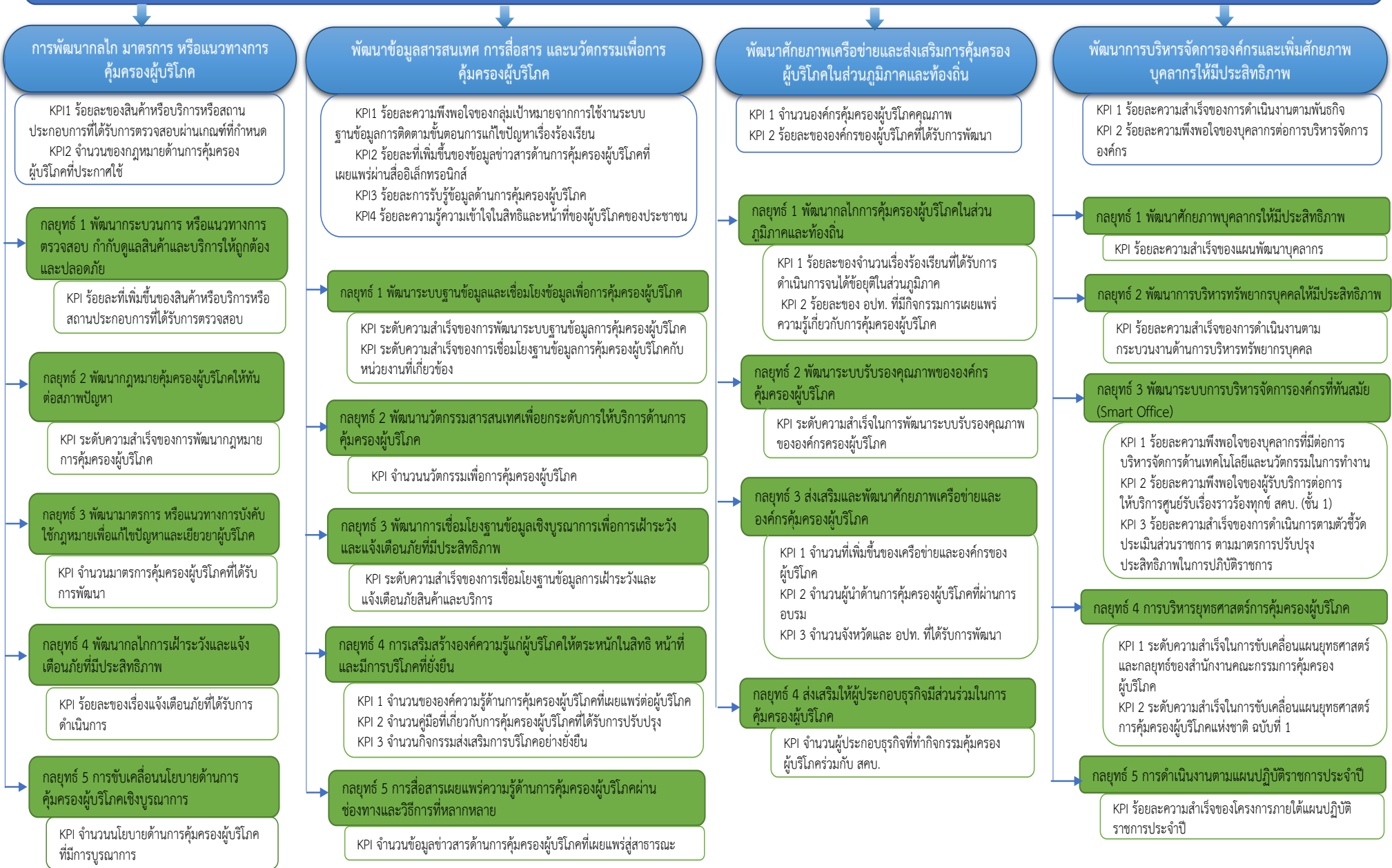
ยุทธศาสตร์ 3 พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

- ♦ กลยุทธ์ 1 พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- ♦ กลยุทธ์ 2 พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
- ♦ กลยุทธ์ 3 ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
- ♦ กลยุทธ์ 4 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ 4 พัฒนาการบริหารจัดการองค์กร และเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

- ♦ กลยุทธ์ 1 พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ
- ♦ กลยุทธ์ 2 พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ
- ♦ กลยุทธ์ 3 พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)
- ♦ กลยุทธ์ 4 การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค
- ♦ กลยุทธ์ 5 การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี

แผนผังสรุปตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ. 2563 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

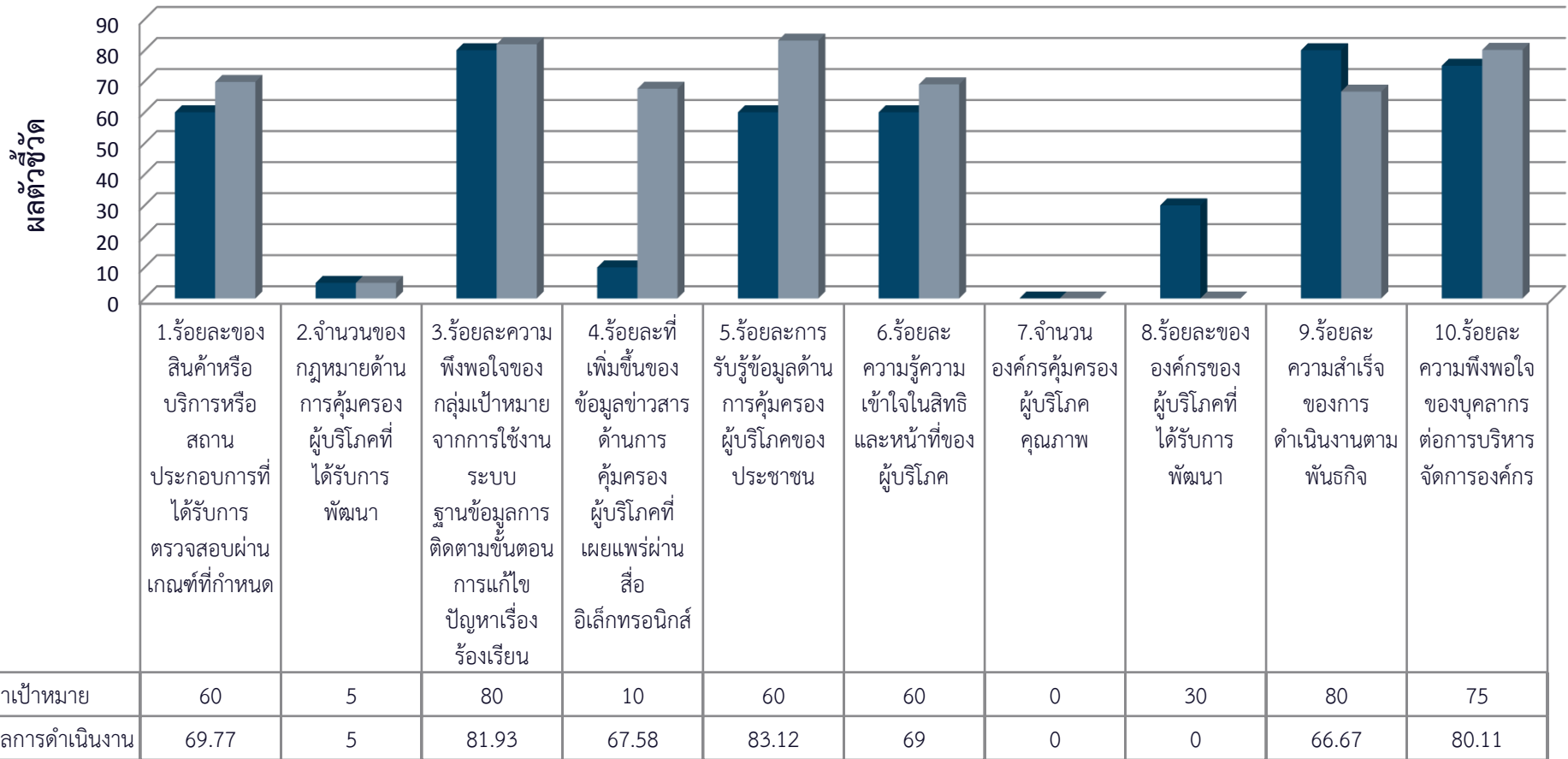


**ตารางสรุปการประเมินผลตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติการ รายปี พ.ศ. 2563 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
(ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์)**

ยุทธศาสตร์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลไก มาตรการ หรือ แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด	ร้อยละ 60	ร้อยละ 69.77
	จำนวนของกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา	5 ฉบับ	5 ฉบับ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการ ติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน	ร้อยละ 80	ร้อยละ 81.93
	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์	ร้อยละ 10	ร้อยละ 67.58
	ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน	ร้อยละ 60	ร้อยละ 83.12
	ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค	ร้อยละ 60	ร้อยละ 69.00
ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริม การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา	30	N/A
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและ เพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ	ร้อยละ 80	ร้อยละ 66.67
	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร	ร้อยละ 75	ร้อยละ 80.11

แผนภูมิแสดง การประเมินผลตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. 2563 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

การประเมินผลตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. 2563



1. ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด
2. จำนวนของกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา
3. ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน
4. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์
5. ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน
6. ร้อยละความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค
7. จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ
8. ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา
9. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ
10. ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร

ตารางสรุปผลการประเมินผลตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. 2563 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
(ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์)

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ 1 การพัฒนา กลไก มาตรการ หรือ แนวทางการคุ้มครอง ผู้บริโภค	กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบการ หรือแนวทางการตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ ถูกต้องและปลอดภัย	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถาน ประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ (ย1ก1)*	10	ร้อยละ -37.72
	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ให้ทันต่อสภาพปัญหา	ระดับความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายการคุ้มครอง ผู้บริโภค (ย1ก2)	ระดับ 5	ระดับ 5
	กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนามาตรการ หรือแนวทางการ บังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและ เยียวยาผู้บริโภค	จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา (ย1ก3)*	8 เรื่อง	จำนวน 11 เรื่อง
	กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้ง เตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ (ย1ก4)	ร้อยละ 50	N/A
	กลยุทธ์ที่ 5 การขับเคลื่อนนโยบายด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ	จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการ (ย1ก5)	1 นโยบาย	2 นโยบาย
ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนา ข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการ คุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบฐานข้อมูลและ เชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการ คุ้มครองผู้บริโภค (ย2ก1)	ระดับ 3	ระดับ 5
		ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครอง ผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ย2ก1)	ระดับ 2	ระดับ 3
	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนานวัตกรรมสารสนเทศเพื่อ ยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค	จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (ย2ก2)*	1 นวัตกรรม	1 นวัตกรรม
	กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิง บูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่ มีประสิทธิภาพ	ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการเฝ้าระวัง และแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ (ย2ก3)*	ระดับ 3	N/A
		จำนวนองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ต่อ ผู้บริโภค (ย2ก4)	100	246 เรื่อง

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
	กลยุทธ์ที่ 4 การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภครให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน	จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุง (ย2ก4)*	5 เรื่อง	5 เรื่อง
		จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน (ย2ก4)*	10	3 กิจกรรม
	กลยุทธ์ที่ 5 การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย	จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ (ย2ก5)	120	435 เรื่อง
ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติในส่วนภูมิภาค (ย3ก1)	50	ร้อยละ 61.44
		ร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (ย3ก1)	10	N/A
	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค (ย3ก2)*	ระดับ 3	ระดับ 3
	กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค (ย3ก3)*	5	51 เครือข่าย
		จำนวนผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านการอบรม (ย3ก3)	30	86 คน
		จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา (ย3ก3)	- บุคลากรจาก 76 จังหวัด - บุคลากรจาก อปท. 50 แห่ง	บุคลากรจาก 76 จังหวัด, บุคลากรจาก อปท. 377 แห่ง
กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนผู้ประกอบการที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ. (ย3ก4)*	30	205 หน่วยงาน	
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ	กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของแผนพัฒนาบุคลากร (ย4ก1)	70	ร้อยละ 90.95
	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล (ย4ก2)	75	ร้อยละ 100
	กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน (ย4ก3)*	75	ร้อยละ 75.11

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
		ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น 1) (ย4ก3)	80	ร้อยละ 98.43
		ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ (ย4ก3)	90	ร้อยละ 60
	กลยุทธ์ที่ 4 การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ย4ก4)	ระดับ 3	ระดับ 3
		ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (ย4ก4)	ระดับ 3	N/A
	กลยุทธ์ที่ 5 การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปี	ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปี (ย4ก5)	80	ร้อยละ 89.06

