

แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔



# สำนักงานนายกรัฐมนตรี

นำเสนอโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ อินทพรหม  
และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธพงษ์ ลีลากิจไพศาล

# แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔



บูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

“ ร่วมกับ ๑๒ กระทรวง ”

และ ๔ หน่วยงาน

๑. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

๒. สำนักงาน กสทช.

๓. สำนักงาน คปภ.

๔. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพ  
สาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.)

## เป้าหมาย

๑. เพื่อให้เกิดการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน
๒. เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน

# ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ดังนี้

๑. ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองอย่างเป็นธรรม สมดุล ยั่งยืน
๒. งานคุ้มครองผู้บริโภคมีระบบ มาตรฐาน รวดเร็ว และดูแลอย่างต่อเนื่อง
๓. สร้างความเป็นธรรมแก่สังคม ทำให้สังคมมีคุณภาพ
๔. การทำงานครอบคลุมผู้บริโภคทุกกลุ่ม ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
๕. สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคว่าจะได้รับการคุ้มครองตามสิทธิ
๖. ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน หรือได้รับการบริการที่ดี
๗. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการได้รับการคุ้มครองสิทธิ
๘. ผู้บริโภคมีความรู้ในการคุ้มครองตนเอง
๙. ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม
๑๐. ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น



# การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ

เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์และเป้าหมาย จึงกำหนดแนวทางดำเนินงาน และติดตามการดำเนินงานไว้ดังนี้

1



ให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการผลักดันกลไกการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ร่วมกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีการติดตามประเมินผล และรายงานสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

2



ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานหลักในการนำแผนยุทธศาสตร์ฯ ไปสู่การปฏิบัติ โดยสนับสนุน และประสานงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยแผนงาน โครงการ กิจกรรม หน่วยงานที่รับผิดชอบ ระยะเวลาดำเนินการ ตัวชี้วัด และแนวทางการติดตามและประเมินผล

3



ให้มีการเผยแพร่แผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้แนวทางดำเนินงาน และตื่นตัว ตระหนักรู้ในสิทธิผู้บริโภค

4



ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการจัดทำแนวทางการปฏิบัติตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ และผลักดันแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติสู่การปฏิบัติ พร้อมกำหนดตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจน

# วิสัยทัศน์

บูรณาการการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของทุกภาคส่วนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน

**เป้าหมาย ๑) เพื่อให้เกิดการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบมี**



มาตรฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ ๑

การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครอง  
ผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ เป้าหมาย

๑. มีระบบกลไกของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ในระดับท้องถิ่น จังหวัด ภาค ใน ประเทศ (จำนวนระบบ/กลไก/การคุ้มครอง ผู้บริโภค)
๒. การปรับปรุงพัฒนากฎหมายในการ คุ้มครองผู้บริโภค (ระดับความสำเร็จของการ พัฒนากฎหมาย)
๓. การเยียวยาความเสียหาย (ระดับ ความสำเร็จของการกำหนดมาตรการการ เยียวยาความเสียหาย)
๔. การแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน (ร้อยละ ความสำเร็จของการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน)

**๒) เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน**



ยุทธศาสตร์ที่ ๒

การพัฒนาระบบฐานข้อมูล  
ในการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เป้าหมาย

๑. การพัฒนาระบบ และ เชื่อมโยงมาตรฐาน ของ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (ระดับความสำเร็จของการ เชื่อมโยงระบบฐานข้อมูล/ จำนวนระบบฐานข้อมูล ที่ เกิดขึ้น)
๒. การพัฒนาฐานข้อมูล ร้องเรียน



ยุทธศาสตร์ที่ ๓

การพัฒนาองค์ความรู้  
และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ เป้าหมาย

๑. การพัฒนาองค์ความรู้ (ผู้บริโภคควรมีความรู้ ความเข้าใจ)
๒. กระบวนการสื่อสาร (จำนวนช่องทางในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์/ความเหมาะสมของเนื้อหา ที่เผยแพร่/ระดับการรับรู้ข่าวสาร/จำนวน กิจกรรมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์)
๓. กระบวนการมีส่วนร่วมในการ ติดตาม ตรวจสอบ และเฝ้าระวังสื่อที่ ละเมิดสิทธิผู้บริโภค (จำนวนการ ตรวจสอบ/จำนวนในการเตือนภัย เฝ้า ระวัง)



ยุทธศาสตร์ที่ ๔

การสร้างและการพัฒนาศักยภาพ  
เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ เป้าหมาย

๑. การสร้างเครือข่าย (จำนวน เครือข่ายที่เพิ่มขึ้น)
๒. การพัฒนาศักยภาพเครือข่าย (จำนวนกิจกรรมส่งเสริมความรู้ พัฒนาทักษะแก่เครือข่ายสนับสนุน งบประมาณให้เครือข่าย/ส่งเสริมการ ทำคู่มือหลักสูตร/ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงานเครือข่าย/การบูร ณาการระหว่างเครือข่าย)



ยุทธศาสตร์ที่ ๕

การส่งเสริมการบูรณาการการ  
คุ้มครองผู้บริโภค

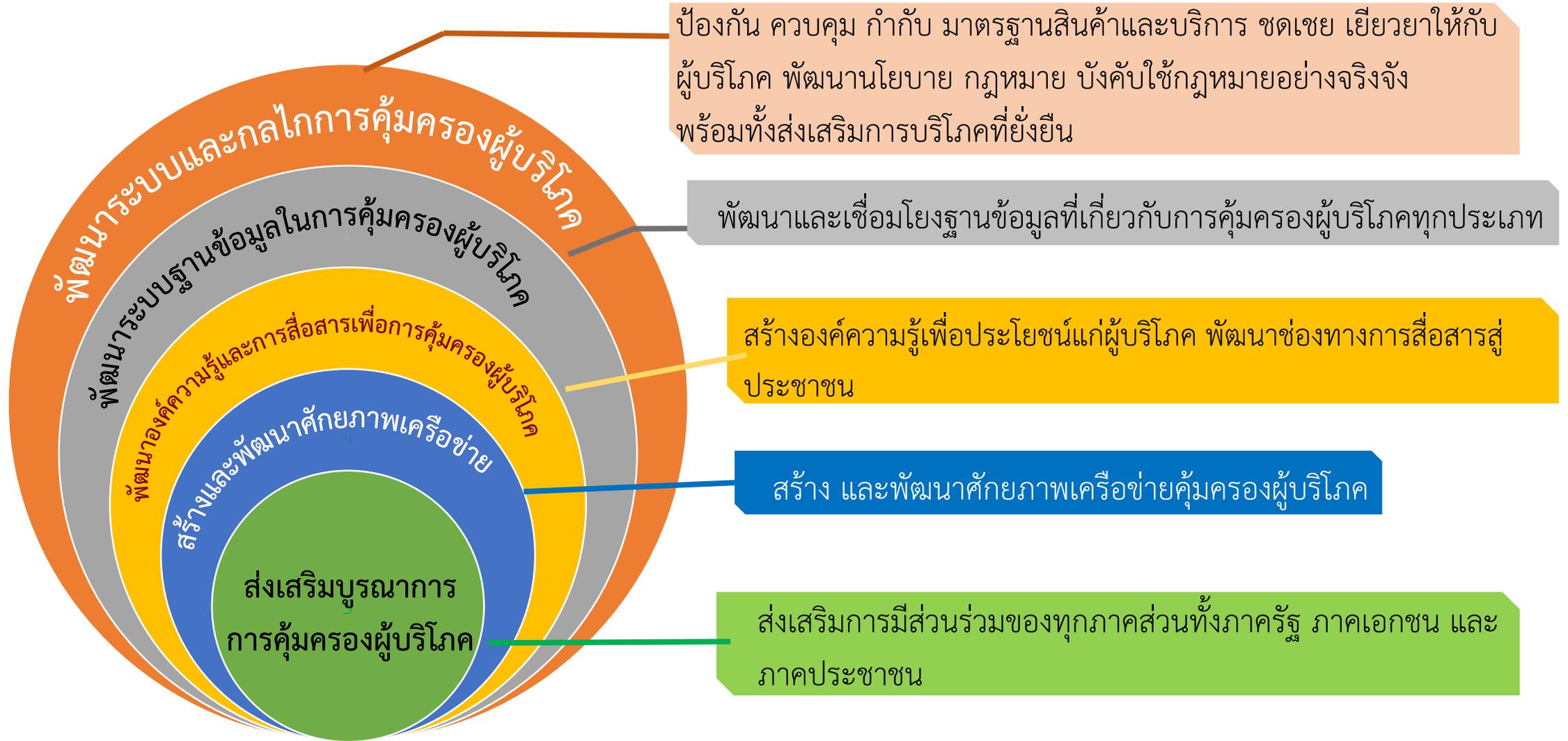
ยุทธศาสตร์ที่ ๕ เป้าหมาย

๑. การส่งเสริมความร่วมมือทุกภาค ส่วน (จำนวนกิจกรรม ระดับ ความสำเร็จในการดำเนินงาน ภายหลัง จากการทำ MOU)
๒. การพัฒนาเครือข่าย (การบูรณา การระหว่างเครือข่ายในการทำงาน)

# บูรณาการ



# ความเชื่อมโยง และการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน



# 1

## “ กลไกคุ้มครองผู้บริโภค ”

ป้องกัน ควบคุม ชดเชย เยียวยา  
พัฒนาและบังคับใช้กฎหมาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม  
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข  
กระทรวงมหาดไทย กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม  
กระทรวงการคลัง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กสทช. คปภ.  
สำนักนายกรัฐมนตรี

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)
<b>ยุทธศาสตร์ที่ ๑</b> <b>การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ร้อยละของผู้บริโภคที่ได้รับการชดเชย เยียวยา</li><li>- อัตราการลดลงของสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย</li><li>- จำนวนกฎหมายมาตรฐาน มาตรการตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่างๆที่ได้รับการพิจารณามีข้อสรุป</li></ul>
กลยุทธ์ ๑ พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"><li>- อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ</li></ul>
กลยุทธ์ ๒ พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"><li>- จำนวนมาตรฐาน/ มาตรการ/ ระบบ ที่ถูกกำหนดสำหรับควบคุมสินค้าและบริการหรือป้องกันอันตรายจากสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย ๑๐ กลไก</li></ul>
กลยุทธ์ ๓ พัฒนานโยบายและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"><li>- จำนวนกฎหมายที่ได้รับการทบทวน แก้ไข พัฒนา เพื่อประโยชน์ต่อประชาชน</li></ul>
กลยุทธ์ ๔ พัฒนามาตรการสนับสนุนและการบังคับใช้ต่างๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"><li>- จำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน</li></ul>
กลยุทธ์ ๕ ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	<ul style="list-style-type: none"><li>- จำนวนกิจกรรมสร้างจิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ผู้ประกอบการ</li></ul>

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงสาธารณสุข  
 กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงยุติธรรม  
 กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงพลังงาน กระทรวงคมนาคม  
 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข  
 กระทรวงมหาดไทย กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม  
 กระทรวงการคลัง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กสทช. คปภ.  
 สำนักนายกรัฐมนตรี

# “ เชื่อมโยงฐานข้อมูล ”

เชื่อมโยงฐานข้อมูล  
 คุ้มครองผู้บริโภคทุกประเภท

# 2

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)
<p align="center"><b>ยุทธศาสตร์ที่ ๒</b></p> <p align="center"><b>การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ระดับความสำเร็จของการจัดทำฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (๒๕๖๐)</li> <li>- ร้อยละของประชาชนที่เข้าถึงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (๒๕๖๐-๒๕๖๔)</li> <li>- ความพึงพอใจของประชาชนต่อฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (๒๕๖๐-๒๕๖๔)</li> <li>- ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (๒๕๖๐-๒๕๖๔)</li> </ul>
<p>กลยุทธ์ ๑ พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ ปัญหาของ                      ผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีฐานการเชื่อมโยงฐานข้อมูลคุ้มครองผู้บริโภคทุกระบบ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน</li> </ul>
<p>กลยุทธ์ ๒ พัฒนาระบบข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของ                      ผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดทำบทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์                      ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย</li> </ul>

# 3 “องค์ความรู้ และการสื่อสาร”

สร้างองค์ความรู้เพื่อผู้บริโภค  
พัฒนาช่องทางการสื่อสารสู่ประชาชน



หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงสาธารณสุข  
กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย  
กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงยุติธรรม กระทรวงพลังงาน  
กระทรวงคมนาคม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม  
กระทรวงการคลัง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา  
กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กสทช. คปภ.  
สำนักนายกรัฐมนตรี

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)
<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๓</p> <p>การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ระดับการรับรู้สื่อด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน</li> <li>- ระดับความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul>
<p>กลยุทธ์ ๑ เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราการเพิ่มขึ้นของงานวิจัย/ องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul>
<p>กลยุทธ์ ๒ การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul>
<p>กลยุทธ์ ๓ การติดตามตรวจสอบ และสนับสนุนการทำงานของสื่อ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายต่อการเฝ้าระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค</li> </ul>
<p>กลยุทธ์ ๔ เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภค ในการบริโภคอย่างยั่งยืน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราที่ลดลงของการบริโภคสินค้าและบริการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชน</li> </ul>

## หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงสาธารณสุข  
กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย  
กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงยุติธรรม กระทรวงพลังงาน  
กระทรวงคมนาคม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม  
กระทรวงการคลัง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา  
กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กสทช. คปภ.  
สำนักนายกรัฐมนตรี

# “ เครือข่าย ” 4

สร้าง และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

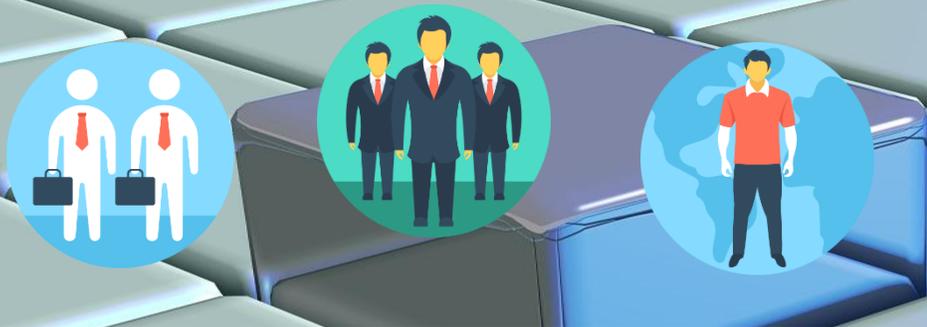


ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)
<b>ยุทธศาสตร์ที่ ๔</b> <b>การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ร้อยละของจำนวนสมาชิกเครือข่ายที่มีความรู้ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด</li><li>- ร้อยละของจำนวนเครือข่ายที่มีผลการประเมินตนเองผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด</li></ul>
กลยุทธ์ ๑ การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"><li>- ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค</li></ul>
กลยุทธ์ ๒ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"><li>- อัตราที่เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครองผู้บริโภค</li><li>- ร้อยละของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง</li></ul>

# 5

## “บูรณาการ”

การมีส่วนร่วม ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน



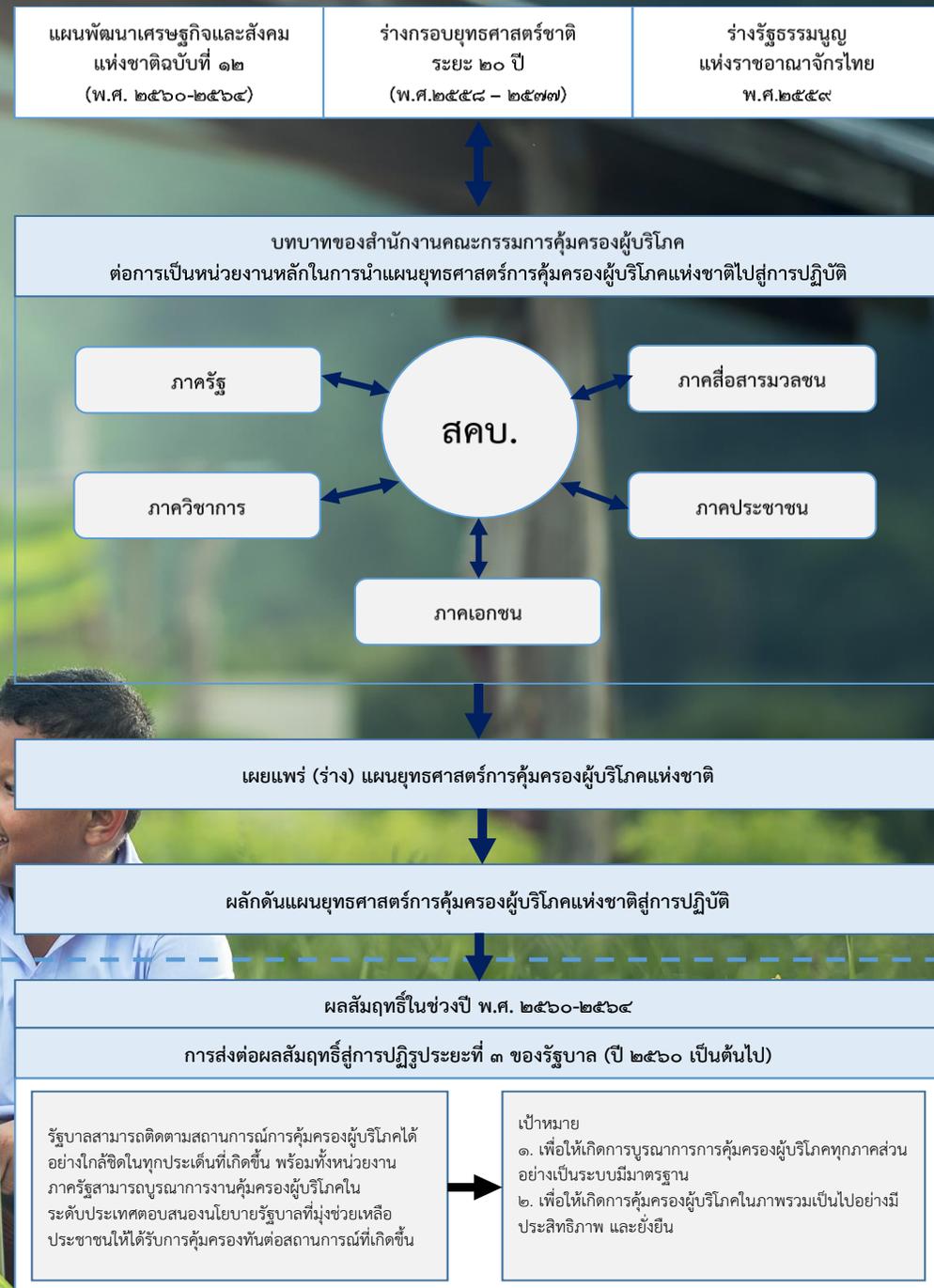
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงสาธารณสุข  
 กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย  
 กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงยุติธรรม กระทรวงพลังงาน  
 กระทรวงคมนาคม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม  
 กระทรวงการคลัง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา  
 กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กสทช. คปภ.  
 สำนักงานนายกรัฐมนตรี

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPI)
<p style="text-align: center;"><b>ยุทธศาสตร์ที่ ๕</b>  <b>การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ</li> <li>- ร้อยละของจำนวนกิจกรรมที่มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน</li> </ul>
<p>กลยุทธ์ ๑ การส่งเสริม และสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน สื่อสารมวลชน วิชาการเอกชน ในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับภาครัฐ</li> </ul>
<p>กลยุทธ์ ๒ ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ</li> </ul>

# การส่งต่อผลสัมฤทธิ์สู่การปฏิรูป ระยะที่ ๓ ของรัฐบาล (ปี ๒๕๖๐ เป็นต้นไป)

ในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ มีการผลักดันแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ โดยเริ่มตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ ซึ่งเป็นการวางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ รวมถึงเนื้อหาในร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๕๙ หมวด ๓ มาตรา ๔๖ และหมวด ๕ มาตรา ๖๑ อันจะส่งผลให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกลไกที่มีความเข้มแข็ง และมีความสำคัญในการคุ้มครองประชาชน พร้อมทั้งดำเนินการควบคู่กับแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากที่กล่าวมาจากข้างต้นสามารถสรุปได้ตามกรอบการดำเนินงานดังต่อไปนี้



การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

เป้าหมายและตัวชี้วัดการดำเนินงานตามแผน



การบูรณาการงบประมาณ และโครงการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

เป้าหมาย

๑. เพื่อให้เกิดการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน
๒. เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน

# ผลสัมฤทธิ์ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔

เกิดการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) โดยมีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม บรรลุตามวิสัยทัศน์และเป้าหมาย และสามารถติดตามประเมินผลสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความเป็นรูปธรรมในการกำกับดูแลงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงนโยบาย ซึ่งจะทำให้รัฐบาลสามารถติดตามสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างใกล้ชิดในทุกประเด็นที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐสามารถบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับประเทศตอบสนองนโยบายรัฐบาลที่ มุ่งช่วยเหลือประชาชนให้ได้รับการคุ้มครองทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น