

สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย พ.ศ. ๒๕๖๒	การประเมินผล	หน่วยงานที่รับผิดชอบ																																												
ยุทธศาสตร์ ๑ การพัฒนา กลไกป้องกัน และคุ้มครอง ผู้บริโภค	กลยุทธ์ที่ ๑ การ พัฒนากลไกการ ตรวจสอบ และเฝ้า ระวัง สินค้าหรือ บริการ	ตัวชี้วัด: ร้อยละที่เพิ่มขึ้น ของสินค้าและบริการที่ได้รับ การตรวจสอบ	ร้อยละ ๘	<p>ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ: ร้อยละ ๖๒.๑๓</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">การตรวจสอบ</th> <th colspan="2">พ.ศ. ๒๕๖๑</th> <th colspan="2">พ.ศ. ๒๕๖๒</th> </tr> <tr> <th>ราย</th> <th>ตัวอย่าง</th> <th>ราย</th> <th>ตัวอย่าง</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>๑. การตรวจสอบการโฆษณา</td> <td>๓๕๙</td> <td>-</td> <td>๑๓</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td></td> <td>-</td> <td>๖๗๒</td> <td>-</td> <td>๓๒๘</td> </tr> <tr> <td>๒. การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้า อื่นๆ ทั่วไป</td> <td>๘๙</td> <td>-</td> <td>๓๕๔</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td></td> <td>-</td> <td>๗,๘๖๔</td> <td>-</td> <td>๑๒,๒๙๔</td> </tr> <tr> <td>๓. การตรวจสอบสัญญา</td> <td>๑๒</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>๔. การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง</td> <td>๘๗</td> <td>-</td> <td>๕๙๙</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>รวม</td> <td>๕๔๗</td> <td>๘,๕๓๖</td> <td>๙๖๖</td> <td>๑๒,๖๒๒</td> </tr> </tbody> </table> <p>ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ (ราย) คิดเป็นร้อยละ ๕๖.๖๓ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ (ตัวอย่าง) คิดเป็นร้อยละ ๖๗.๖๓ ค่าเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๑๓</p>	การตรวจสอบ	พ.ศ. ๒๕๖๑		พ.ศ. ๒๕๖๒		ราย	ตัวอย่าง	ราย	ตัวอย่าง	๑. การตรวจสอบการโฆษณา	๓๕๙	-	๑๓	-		-	๖๗๒	-	๓๒๘	๒. การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้า อื่นๆ ทั่วไป	๘๙	-	๓๕๔	-		-	๗,๘๖๔	-	๑๒,๒๙๔	๓. การตรวจสอบสัญญา	๑๒	-	-	-	๔. การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	๘๗	-	๕๙๙	-	รวม	๕๔๗	๘,๕๓๖	๙๖๖	๑๒,๖๒๒	กคณ./กคส./ กคณ./กคต./ สพจ.
	การตรวจสอบ	พ.ศ. ๒๕๖๑		พ.ศ. ๒๕๖๒																																													
		ราย	ตัวอย่าง	ราย	ตัวอย่าง																																												
๑. การตรวจสอบการโฆษณา	๓๕๙	-	๑๓	-																																													
	-	๖๗๒	-	๓๒๘																																													
๒. การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้า อื่นๆ ทั่วไป	๘๙	-	๓๕๔	-																																													
	-	๗,๘๖๔	-	๑๒,๒๙๔																																													
๓. การตรวจสอบสัญญา	๑๒	-	-	-																																													
๔. การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	๘๗	-	๕๙๙	-																																													
รวม	๕๔๗	๘,๕๓๖	๙๖๖	๑๒,๖๒๒																																													
กลยุทธ์ที่ ๒ การ พัฒนากลไกการ เตือนภัยสินค้าหรือ บริการ	ตัวชี้วัด: ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินการตามแผน เฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าไม่ ปลอดภัย	ร้อยละ ๑๐๐	<p>ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนเฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าไม่ ปลอดภัย: ร้อยละ ๙๖.๖๗</p> <p>- แผนเฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าไม่ปลอดภัย จำนวนที่ลงตรวจสอบ ๓๐ ครั้ง ๓๓ จังหวัด - ผลการดำเนินการตามแผนฯ จำนวนที่ลงตรวจสอบ ๒๙ ครั้ง ๓๑ จังหวัด</p>	กคณ. (หน่วยงาน หลัก) กคส./กคณ./ กคต./สพจ.																																													
กลยุทธ์ที่ ๓ มีกลไก ในการแก้ไขปัญหา และเยียวยาผู้บริโภค	ตัวชี้วัด ๓.๑: ร้อยละความ พึงพอใจของผู้บริโภคที่ได้รับ บริการรับเรื่องร้องเรียน	ร้อยละ ๗๕	<p>ค่าเฉลี่ยร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ ๙๘.๘๔%</p> <p>โดยวัดจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจาก ๓ ช่องทาง ดังนี้</p> <p>๑. แสดงความพึงพอใจผ่านทางระบบ (Smile Box): ๙๙.๒๓%</p> <p>๒. แสดงความพึงพอใจผ่านทางระบบสายด่วน สคป. ๑๑๖๖: ๙๗.๓๒%</p> <p>๓. แสดงความพึงพอใจโดยตอบแบบสอบถาม: ๙๙.๙๘ %</p>	(ศูนย์ ๑๑๖๖)																																													

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย พ.ศ. ๒๕๖๒	การประเมินผล	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	โดยใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม	ตัวชี้วัด ๓.๒: ระดับความสำเร็จของแผนการพัฒนาระบบการไกล่เกลี่ยออนไลน์	ระดับ ๒ ออกแบบและจัดทำระบบการไกล่เกลี่ยออนไลน์	ระดับ ๔ สามารถใช้งานระบบการไกล่เกลี่ยออนไลน์ โดยได้มีการดำเนินการดังนี้ - ประชุมแนวทางในการใช้ระบบไกล่เกลี่ยออนไลน์ (OCPB D - Mediate) วันที่ ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๖๒ - Link การเข้าใช้งาน http://dmediate.ocpb.go.th/authen/staff - ปัญหาอุปสรรค: มีผู้เข้าไปใช้งานระบบฯ จำนวนน้อย	สผพ. IT (หน่วยงานหลัก) กคณ./กคส./ กคณ./กคต./ สปจ.
		ตัวชี้วัด ๓.๓: อัตราที่เพิ่มขึ้นของการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนการซื้อขายออนไลน์ e-commerce	ร้อยละ ๑๐	อัตราที่เพิ่มขึ้นของการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนการซื้อขายออนไลน์ e-commerce: คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๓๔ โดยวัดจากจำนวนผู้ร้องทุกขที่ได้รับการแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติ (ข้อมูลจาก ระบบ CCMS ณ วันที่ ๑๖ ตุลาคม ๒๕๖๒ หัวข้อ ช่องทางการซื้อสินค้าหรือบริการ) - การแก้ไขปัญหาฯ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ จำนวน ๑,๕๒๘ ราย - การแก้ไขปัญหาฯ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ จำนวน ๖,๐๓๐ ราย	กคณ. (หน่วยงานหลัก) กคณ./กคส./ กคต./สปจ.
		ตัวชี้วัด ๓.๔: ระดับความสำเร็จของการพัฒนาความเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระดับ ๒ หน่วยงานมีการเชื่อมโยงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย ๑ ฐานข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน ๖ ด้าน	ระดับ ๒ - สคบ. มีการเชื่อมโยงข้อมูลกับ ๕ หน่วยงาน คือ เชื่อมโยงเลขบัตรประชาชน ๑๓ หลัก จากกรมการปกครอง เชื่อมโยงข้อมูลนิติบุคคล จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เชื่อมโยงข้อมูลเรื่องร้องเรียนจาก สำนักงาน กสทช. ETDA และศูนย์บริการประชาชน ๑๑๑๑ - โดยอยู่ระหว่างดำเนินการพัฒนาเพิ่มเติมภายใต้โครงการพัฒนาการให้บริการผู้คุ้มครองผู้บริโภค โดยการเชื่อมโยงและบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค ตรวจรับงวดงานที่ ๑ เมื่อวันที่ ๑๐ ก.ย. ๒๕๖๒ เนื้องานประกอบด้วย ๑. รายงานขั้นต้น (Inception Report) ๒. รายงานการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๖ ประเภท (สรุปผลการประชุมร่วมกับ ๒๘ หน่วยงานในการเชื่อมโยง) และ ๓. ช่องทางการสื่อสารเกี่ยวกับการบูรณาการข้อมูลข่าวสารระหว่าง สคบ. กับ อปท. (Line@ ร่วมกับ อปท.) และอยู่ในระหว่างขั้นตอนการปรึกษาทางเทคนิคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สผพ. IT

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย พ.ศ. ๒๕๖๒	การประเมินผล	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	กลยุทธ์ที่ ๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	ตัวชี้วัด: จำนวนกิจกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการธุรกิจร่วมมือกับภาครัฐ	๗ กิจกรรม	กิจกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการธุรกิจร่วมมือกับภาครัฐ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ จำนวนทั้งหมด ๒๒ กิจกรรม กคณ. จำนวน ๑๗ กิจกรรม กคส. จำนวน ๒ กิจกรรม สผพ. จำนวน ๓ กิจกรรม	กคณ./กคส./ กคชม./กคต./
ยุทธศาสตร์ ๒ ขับเคลื่อน นโยบายและ พัฒนา กฎหมายให้ ทันสมัยต่อ สภาพปัญหา	กลยุทธ์ที่ ๑ กำหนดหรือขับเคลื่อนนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภค	ตัวชี้วัด : ระดับความสำเร็จในการจัดทำแผนการขับเคลื่อนนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ ๕ ติดตามประเมินผล และ รายงานผล เสนอต่อ ที่ประชุมผู้บริหาร เพื่อให้ข้อคิดเห็นและปรับปรุงให้เหมาะสมเพื่อใช้ดำเนินการในปีต่อไป	ระดับ ๕ ติดตาม ประเมินผล และ รายงานผล เสนอต่อที่ประชุมผู้บริหาร สผพ. มีการจัดแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนนโยบายรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายเทวัญ ลิปตพัลลภ) โดย ลคบ. ได้เห็นชอบ และได้มีการแจ้งเวียนไปยังหน่วยงานภายใน เพื่อรับทราบและใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติราชการต่อไป	สผพ.
	กลยุทธ์ที่ ๒ มีแผนพัฒนากฎหมาย (๔ ปี) และรายปี	ตัวชี้วัด ๒.๑: ระดับความสำเร็จในการจัดทำแผนพัฒนากฎหมาย	ระดับ ๕ ติดตามประเมินผล และ รายงานผล เสนอต่อ ที่ประชุมผู้บริหาร เพื่อให้ข้อคิดเห็นและปรับปรุงให้เหมาะสมเพื่อใช้ดำเนินการในปีต่อไป	ระดับ ๕ ติดตาม ประเมินผล และ รายงานผล เสนอต่อ ที่ประชุมผู้บริหาร โดยปัจจุบัน กกค. ได้มีการจัดทำแผนพัฒนากฎหมาย รายปี พ.ศ. ๒๕๖๓ และแผนพัฒนากฎหมาย ระยะ ๕ ปี (ฉบับปรับปรุง) พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕	กกค.
		ตัวชี้วัด ๒.๒: จำนวนกฎหมายที่ได้รับการทบทวนแก้ไข พัฒนา เพื่อประโยชน์ต่อประชาชน	๘ ฉบับ	กฎหมายที่ได้รับการทบทวน แก้ไข พัฒนา เพื่อประโยชน์ต่อประชาชน รวมทั้งสิ้น จำนวน ๒๙ ฉบับ - กฎหมายที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา จำนวน ๖ ฉบับ - กฎหมายที่มีผลการรับฟังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน ๑๖ ฉบับ - ร่างกฎหมาย จำนวน ๓ ฉบับ - อยู่ระหว่างการนำเสนอต่อคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง จำนวน ๔ ฉบับ	กกค./กคณ./ กคส./กคชม./ กคต.

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย พ.ศ. ๒๕๖๒	การประเมินผล	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	กลยุทธ์ที่ ๓ มีฐานข้อมูลด้านกฎหมาย	ตัวชี้วัด: ระดับความสำเร็จของการจัดทำฐานข้อมูลด้านกฎหมาย	๕ (๑ ด้าน)	ระดับ ๕ สคป. มีฐานข้อมูลกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ครบ ๑๒ ด้าน Link หน้าที่เว็บ: http://www.ocpb.go.th/more_news.php?offset=0&cid=321&startoffset=0 ข้อสังเกต: ๑. ปัจจุบันฐานข้อมูลกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเพียงการเชื่อมโยงลิงค์ข้อมูลไปหน้าเว็บเพจข้อมูลเจ้าของกฎหมายเท่านั้น ๒. ทั้งหมด ๑๒ ด้าน ดังนี้ ๑. ด้านสินค้าและบริการทั่วไป ๒. ด้านอีคอมเมิร์ซ ๓. ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย ๔. ด้านการเงินและธนาคาร ๕. ด้านอาหาร ๖. ด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม ๗. ด้านบริการสุขภาพ ๘. ด้านยานยนต์ ๙. ด้านยา ๑๐. ด้านสินค้าเกษตร ๑๑. ด้านท่องเที่ยว และ ๑๒. ด้านการศึกษา	กคค./สพพ. (IT)
ยุทธศาสตร์ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และเครื่องข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคเพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน	ตัวชี้วัด ๑.๒: ร้อยละที่เพิ่มขึ้นขององค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ ๑๐	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นขององค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค: ๕๑.๑๖ - ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑ จำนวนองค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ๑๑๐ เรื่อง (บทความ จำนวน ๘๐ เรื่อง/ infographic จำนวน ๓๐ เรื่อง) - ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒ จำนวนองค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ๒๑๕ เรื่อง (บทความ จำนวน ๗๔ เรื่อง/ infographic จำนวน ๑๔๑ เรื่อง)	กผป.
		ตัวชี้วัด ๑.๓: ร้อยละของผลสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตระหนักและรับรู้สิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค	ร้อยละ ๘๒	ร้อยละของผลสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตระหนักและรับรู้สิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค: ร้อยละ ๘๒.๓ กผป. มีการจัดทำแบบสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตระหนักและรับรู้สิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค โดยมีผู้ตอบแบบสำรวจ จำนวน ๒๑๗ คน ระหว่างวันที่ ๓๐ ก.ย. ๒๕๖๑ - ๑ ต.ค. ๒๕๖๒	กผป.
		ตัวชี้วัด ๒.๑: ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภค: ๗๐.๘๖ - จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมด ๑๕๑ เครือข่าย - จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำกิจกรรมฯ ๑๐๗ เครือข่าย	กผป./สปจ.

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย พ.ศ. ๒๕๖๒	การประเมินผล	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	กลยุทธ์ที่ ๒ ขับเคลื่อนการ ดำเนินงานของ เครือข่ายด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค	ตัวชี้วัด ๒.๒: ร้อยละที่ เพิ่มขึ้นของเครือข่ายที่มี กิจกรรมเฝ้าระวังสื่อ	ร้อยละ ๕	-สคบ. ไม่มีเครือข่ายที่ดำเนินกิจกรรมเฝ้าระวังสื่อ-	กผป./กคช.
		ตัวชี้วัด ๒.๓: ร้อยละที่ เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ ๕	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค: ๗.๘๕ เครือข่ายที่เพิ่มขึ้นจำนวน ๑๑ เครือข่าย (๑๑ มหาลัย) - ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ มีจำนวน ๑๔๐ เครือข่าย - ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ มีจำนวน ๑๕๑ เครือข่าย	กผป./สผพ.
		ตัวชี้วัด ๒.๔: ร้อยละที่ เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคุณ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ ๖	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครองผู้บริโภค: ๖๐ - ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ มีวิทยากรตัวคุณจำนวน ๓๐ ราย - ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ มีวิทยากรตัวคุณจำนวน ๕๐ ราย	กผป.
		ตัวชี้วัด ๒.๕: ร้อยละของ จำนวนเครือข่ายคุ้มครอง ผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง: ๗๙.๔๗ - จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมด ๑๕๑ เครือข่าย - จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา ๑๒๐ เครือข่าย	กผป.
ยุทธศาสตร์ ๔ พัฒนาการ บริหารจัดการ องค์กรและเพิ่ม ศักยภาพ บุคลากรให้มี ประสิทธิภาพ	กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนา ศักยภาพบุคลากรให้ มีประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด: ระดับความสำเร็จ ของแผนพัฒนาบุคลากร	ระดับ ๕ (๑) สำนวจความพึงพอใจ ของเจ้าหน้าที่ สคบ. (๒) รายงานผลการ ดำเนินการตาม “แผนพัฒนา บุคลากรและสำวจความพึง พอใจของเจ้าหน้าที่ สคบ.ให้ ผู้บริหารรับทราบ	ระดับ ๕ - ผลสำวจสำวจความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ สคบ.: ๘๖.๖๔ - สลก. จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินการตามแผนฯ ระยะ ๖ เดือน และ ๑๒ เดือน	สลก.

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย พ.ศ. ๒๕๖๒	การประเมินผล	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)	ตัวชี้วัด ๒.๑: ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กร ด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงาน	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กร ด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงาน: ร้อยละ ๗๖.๒๒ กพบ. ได้จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของบุคลากร ในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค Smart Office ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม ๑๐๐ คน ระหว่างวันที่ ๒๓ พ.ค. - ๗ มิ.ย. ๒๕๖๒	สลก.
		ตัวชี้วัด ๒.๒: ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ.	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. : ร้อยละ ๙๘.๘๔ โดยวัดจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจาก ๓ ช่องทาง ดังนี้ ๑. แสดงความพึงพอใจผ่านทางระบบ (Smile Box): ๙๙.๒๓% ๒. แสดงความพึงพอใจผ่านทางระบบสายด่วน สคบ. ๑๑๖๖: ๙๗.๓๒% ๓. แสดงความพึงพอใจโดยตอบแบบสอบถาม: ๙๙.๘๘ %	ศูนย์ ๑๑๖๖
		ตัวชี้วัด ๒.๓: ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ: ร้อยละ ๑๐๐ กพบ. ได้ดำเนินการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการผ่านทั้ง ๕ องค์กรประกอบ ได้แก่ ๑. Function Base ๒. Agenda Base ๓. Area Base ๔. Innovation Base และ ๕. Potential Base	กพบ.
		ตัวชี้วัด ๒.๔: ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ ๖๕	ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค: ร้อยละ ๙๑.๖๗ โดยวัดจากตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ ทั้งหมดจำนวน ๒๔ ตัวชี้วัด การประเมินผลตัวชี้วัดผ่านเกณฑ์เป็นไปตามค่าเป้าหมาย จำนวน ๒๒ ตัวชี้วัด	สผพ.

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย พ.ศ. ๒๕๖๒	การประเมินผล	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	กลยุทธ์ที่ ๓ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี	ตัวชี้วัด: ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปี	ร้อยละ ๗๕	<p><u>ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปี: ร้อยละ ๘๙.๓๖</u></p> <p>โครงการภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๒ ทั้งหมด จำนวน ๙๔ โครงการ โครงการที่ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ สำเร็จ จำนวน ๘๔ โครงการ โครงการเพิ่มเติมนอกเหนือจากแผนปฏิบัติการฯ จำนวน ๒๔ โครงการ</p>	สผพ.

จัดทำโดย ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน
สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (สผพ.)