

รายงานผลการดำเนินงาน ตามแผนปฏิบัติการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน
สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค

คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้จัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ภายใต้งบประมาณรายจ่ายปี ๒๕๖๕ โดยในการบริหารราชการของ สคบ. ได้คำนึงถึงความสอดคล้องของยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) ของ สคบ. และแผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. ควบคู่กับความจำเป็นเร่งด่วนและสถานการณ์ปัจจุบันภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ โดยได้กำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดเพื่อใช้วัดและประเมินผลการปฏิบัติการราชการของ สคบ. อันสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงศักยภาพของบุคลากรและเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรต่อความพยายามในการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรมและยั่งยืนอีกด้วย ทั้งนี้ รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. เป็นข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชนให้ได้รับทราบถึงภารกิจและผลการปฏิบัติการราชการของ สคบ. รวมทั้งเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับนำไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานของ สคบ. ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนต่อไป

สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สารบัญ

หน้า

คำนำ

บทสรุปผู้บริหาร

๑

สรุปข้อมูลสาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

๒

แผนผังแสดงรายละเอียดของแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

๖

แผนผังสรุปตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

๗

ตารางแสดงความเชื่อมโยงตามยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์ และหน่วยงานที่รับผิดชอบ ตามแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

๘

การติดตามผลและการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

๑๓

การประเมินผลตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

๑๔

การประเมินผลตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. (ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์)

๑๔

การประเมินผลตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. (ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์)

๑๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ เรื่อง การพัฒนาโลก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

๑๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

๒๐

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ เรื่อง พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

๒๔

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ เรื่อง พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

๒๗

รายงานผลตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. รอบ ๑๒ เดือน (๑ ตุลาคม ๒๕๖๔ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๕)

๓๐

สรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะในภาพรวมตามแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

๓๗

บทสรุปผู้บริหาร

การดำเนินการกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้คำนึงถึงการตอบสนองต่อเป้าหมายของยุทธศาสตร์ โดยมุ่งเน้นการสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำให้แก่ประชาชน ในฐานะผู้บริโภคของประเทศในทุกมิติ รวมทั้ง ความจำเป็นเร่งด่วนและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอันจะส่งผลไปยังผู้บริโภค เช่น สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภค โดยได้ดำเนินการขับเคลื่อนการกระจายอำนาจไปยังส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น การพัฒนากฎหมายและแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความสอดคล้องกับปัจจุบัน การยกระดับการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนการให้บริการประชาชน การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างความเข้าใจในสิทธิของผู้บริโภคและสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของ สคบ. การบูรณาการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) รวมทั้ง การพัฒนาบุคลากรของ สคบ. ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้มีศักยภาพในการปฏิบัติราชการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การปฏิบัติราชการในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ นั้น สคบ. มีความมุ่งหวังอย่างยิ่งที่จะยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน ซึ่งได้มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติราชการและเป้าหมายของการดำเนินการกิจไว้ภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. โดยประกอบด้วย ๔ ยุทธศาสตร์ ดังนี้ (๑) ยุทธศาสตร์ที่ ๑ เรื่อง การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค (๒) ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (๓) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ เรื่อง พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น และ (๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๔ เรื่อง พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

สำหรับผลการปฏิบัติราชการของ สคบ. ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ พบว่า ในภาพรวมมีผลการดำเนินงานเป็นไปบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น การแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติของเรื่องร้องเรียนที่ได้รับ การพัฒนากฎหมายและแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กร และการสื่อสารเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยอาศัยการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง

แต่อย่างไรก็ตาม จากผลการปฏิบัติราชการในปี พ.ศ. ๒๕๖๕ นั้น การปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศยังมีภารกิจที่สำคัญอีกมากที่จะต้องพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การดำเนินการกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงรุก เพื่อสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำให้แก่ผู้บริโภค รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งและลดการถูกเอาเปรียบให้แก่ผู้บริโภคต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

วิสัยทัศน์

“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”

คำอธิบาย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จะพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางด้วยการบริหารจัดการองค์กรให้มีความทันสมัย พร้อมบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานภาครัฐด้วยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระบบต่าง ๆ และพัฒนานวัตกรรมบริการมาใช้ในทุกกระบวนการ เพื่อยกระดับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เทียบเท่าระดับสากลในทุกมิติ ควบคู่กับการเร่งศึกษา พัฒนา ทบทวน และปรับปรุงกฎหมาย รวมถึงมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ ให้ทันต่อกระแสการบริโภคนิยมของโลก และรองรับการพิพาท การละเมิดสิทธิผู้บริโภคในทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความโปร่งใส และเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค รวมทั้งให้ได้รับความยุติธรรมและความรวดเร็วจากกระบวนการชดเชยเยียวยาความเสียหายด้วย พร้อมทั้งสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดการตระหนักรู้ในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันสร้างสังคมการบริโภคที่ยั่งยืนตามหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

พันธกิจ

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

แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์)

ประเด็นที่ ๑ เรื่อง การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

๑) เป้าหมาย

๑. สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ร้อยละ ๘๐
๒. กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา จำนวน ๕ ฉบับ

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

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

ประเด็นที่ ๒ เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

๑) เป้าหมาย

๑. ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ร้อยละ ๘๐
๒. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ ๑๐
๓. ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน ร้อยละ ๘๐
๔. ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค ร้อยละ ๘๐

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๑	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค	๕	สพพ. (สทศ.)
๒	ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	๕	หน่วยงานหลัก: สพพ.(สทศ.) หน่วยงานสนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง

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

ประเด็นที่ ๓ เรื่อง พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

๑) เป้าหมาย

๑. จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ จำนวน ๑๕ องค์กร
๒. ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา ร้อยละ ๕๐

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

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

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

ประเด็นที่ ๔ เรื่อง พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

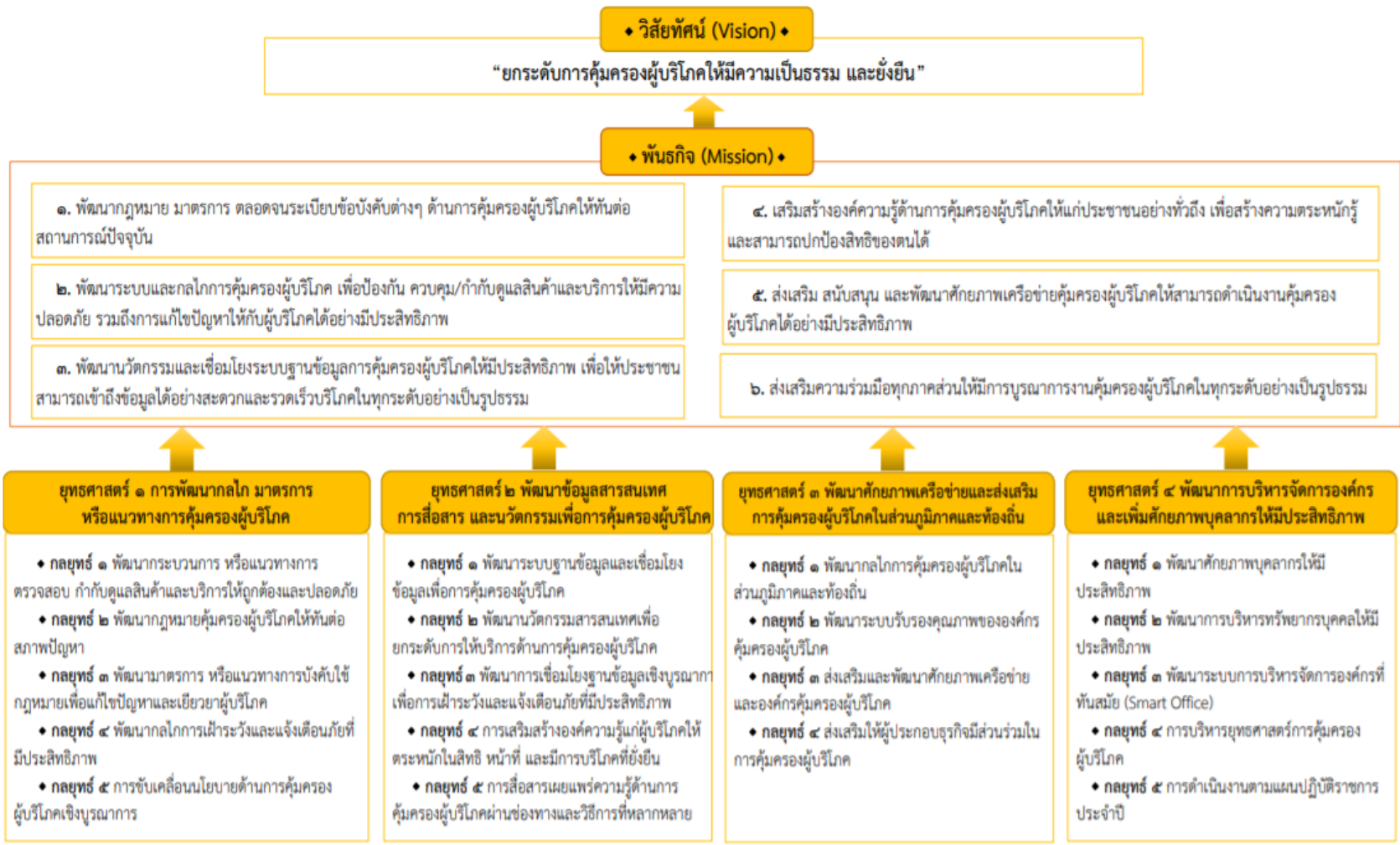
๑) เป้าหมาย

๑. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ ร้อยละ ๙๐
๒. ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร ร้อยละ ๗๕

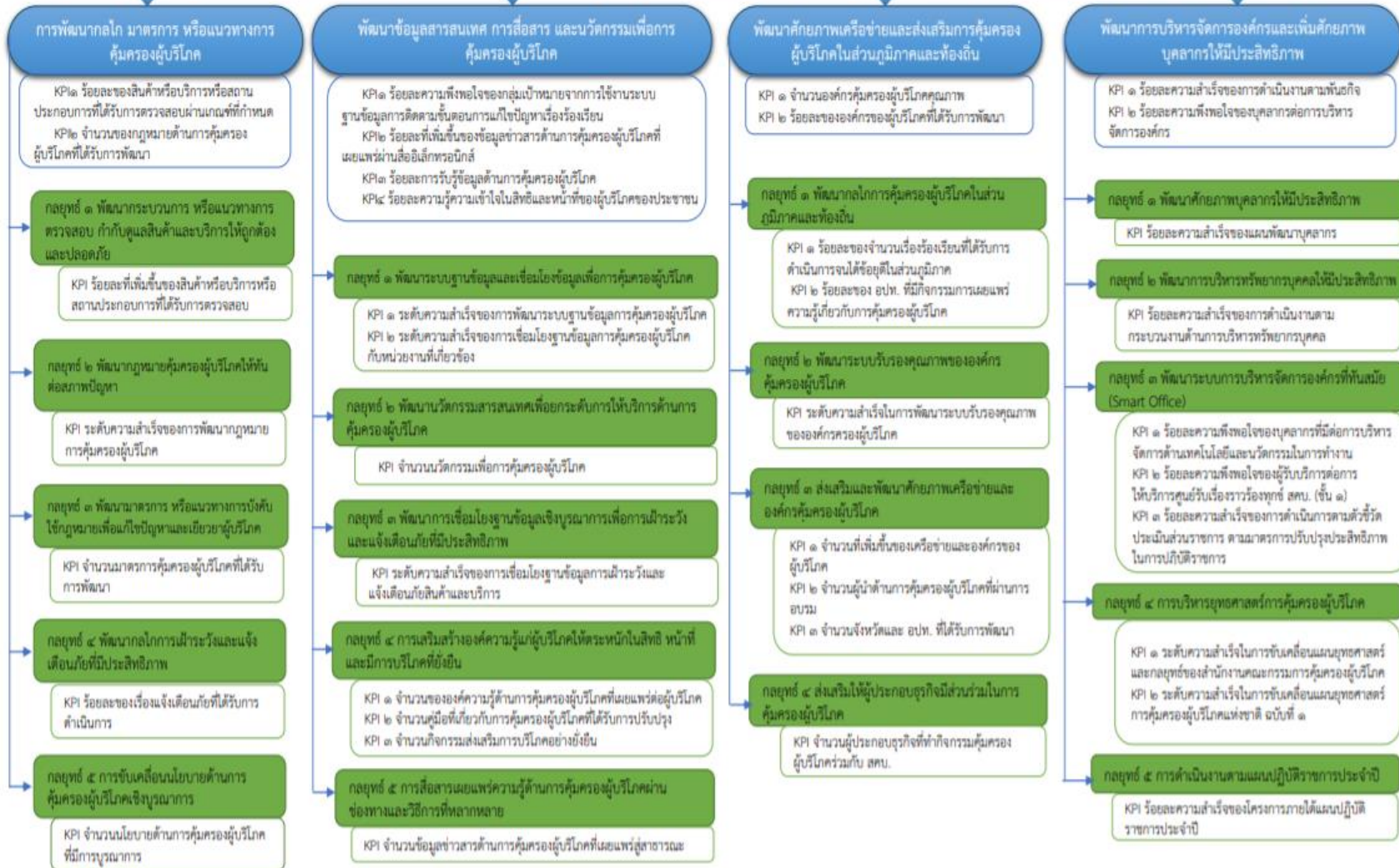
๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๑	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมิน ส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ	๙๐	กพบ.
๒	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน	๗๕	สผพ./ กพบ.
๓	ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑)	๘๐	ศูนย์ ๑๑๖๖
๔	ร้อยละความสำเร็จของแผนพัฒนารายบุคคล (IDP)	๘๐	สลก.
๕	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามกระบวนงาน ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	๘๕	สลก.
๖	ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ของ สคบ.	๕	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง
๗	ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี	๙๐	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง
๘	ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง)	๕	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง

แผนผังแสดงรายละเอียดของแผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



แผนผังสรุปตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



ตารางแสดงความเชื่อมโยงตามยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์ และหน่วยงานที่รับผิดชอบ ตามแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

ยุทธศาสตร์/ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	ค่าเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ ๑ การพัฒนา กลไก มาตรการ หรือ แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค ตัวชี้วัด ๑) สินค้าหรือบริการ หรือสถานประกอบการที่ได้รับการ ตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด : ร้อยละ ๘๐ ตัวชี้วัด ๒) กฎหมายด้าน การคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการ พัฒนา : จำนวน ๕ ฉบับ	กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนากระบวนการ หรือแนวทาง การตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการ ให้ถูกต้องและปลอดภัย	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการ หรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ	๑๐	กคณ./กคส./ กคฆ./กคต./สปจ.
	กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ให้ทันต่อสภาพปัญหา	ระดับความสำเร็จของการพัฒนากฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ ๕	กคค.
	กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนามาตรการ หรือแนวทาง การบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหา และเยียวยาผู้บริโภค	จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับ การพัฒนา	๘ เรื่อง	กคค./ กคฆ./ กคณ./ กคส./ กคต.
		ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับ การแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติ	ร้อยละ ๖๐	กคค./ กคฆ./ กคณ./ กคส./ กคต./ สปจ./ ตปท.
	กลยุทธ์ที่ ๔ พัฒนากลไกการเฝ้าระวัง และแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับ การดำเนินการ	ร้อยละ ๗๐	กคณ. (ศูนย์เฝ้าระวัง)
	กลยุทธ์ที่ ๕ การขับเคลื่อนนโยบาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ	จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มี การบูรณาการ	๑ นโยบาย	สผพ.
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนา ข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรม เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูล และเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบ ฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ ๕	สผพ. (สทศ.)
		ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูล การคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระดับ ๕	หลัก: สผพ. (สทศ.) สนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง

ยุทธศาสตร์/ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	ค่าเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ
<p>ตัวชี้วัด ๑) ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหา เรื่องร้องเรียน : ร้อยละ ๘๐</p> <p>ตัวชี้วัด ๒) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ : ร้อยละ ๑๐</p> <p>ตัวชี้วัด ๓) ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน : ร้อยละ ๘๐</p> <p>ตัวชี้วัด ๔) ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค : ร้อยละ ๘๐</p>	กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนานวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	๑ นวัตกรรม	หลัก: สผพ. (สทศ.) สนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง
	กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ	ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ	ระดับ ๕	กคณ./ สผพ. (สทศ.)
	กลยุทธ์ที่ ๔ การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน	จำนวนองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ต่อผู้บริโภค	๑๐๐	กผป.
		จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุง	๕ เรื่อง	กคค./ กคณ./ กคส./ กคฆ./ กคต./สปจ./ กผป./ สผพ.
		จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	๑๐	ทุกสำนัก/ กอง
	กลยุทธ์ที่ ๕ การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย	จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ	๑๒๐	กผป.
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาศักยภาพเครือข่าย	กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับ การดำเนินการจนได้ข้อยุติในส่วนภูมิภาค	๖๐	สปจ.

ยุทธศาสตร์/ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	ค่าเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ
<p>และส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น</p> <p>.....</p> <p>ตัวชี้วัด ๑) ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา : ร้อยละ ๕๐</p> <p>ตัวชี้วัด ๒) จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ : จำนวน ๑๕ องค์กร</p>		ร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	๒๐	สปจ.
		ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการ หรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบในส่วนภูมิภาค	๑๐	สปจ.
		จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา	- บุคลากรจาก ๗๖ จังหวัด - บุคลากรจาก อปท. ๑๕๐ แห่ง	สปจ.
	กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ ๕	กผป./ สผพ.
	กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค	๑๕	กผป.
		จำนวนผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านการอบรม	๑๐๐	กผป.
	กลยุทธ์ที่ ๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.	๓๐	กกค./ กคฉ./ กคส./ กคฆ./ กคต./ สปจ./ กผป./ สผพ.

ยุทธศาสตร์/ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	ค่าเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนา การบริหารจัดการองค์กร และเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้ มีประสิทธิภาพ ตัวชี้วัด ๑) ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงานตามพันธกิจ : ร้อยละ ๙๐ ตัวชี้วัด ๒) ร้อยละความพึงพอใจ ของบุคลากรต่อการบริหาร จัดการองค์กร : ร้อยละ ๗๕	กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มี ประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของแผนพัฒนาบุคลากร	๘๐	สกก.
	กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาการบริหารทรัพยากร บุคคลให้มีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงาน ตามกระบวนการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	๘๕	สกก.
	กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาระบบการบริหารจัดการ องค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มี ต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมในการทำงาน	๗๕	สผพ./ กพบ.
		ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการ ให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑)	๘๐	ศูนย์ ๑๑๖๖
		ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการ ตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติราชการ	๙๐	กพบ.
	กลยุทธ์ที่ ๔ การบริหารยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อน แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ ๕	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง
ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อน แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง)		ระดับ ๕	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง	

ยุทธศาสตร์/ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด (ระดับกลยุทธ์)	ค่าเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ
	กลยุทธ์ที่ ๕ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี	ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี	๙๐	หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง

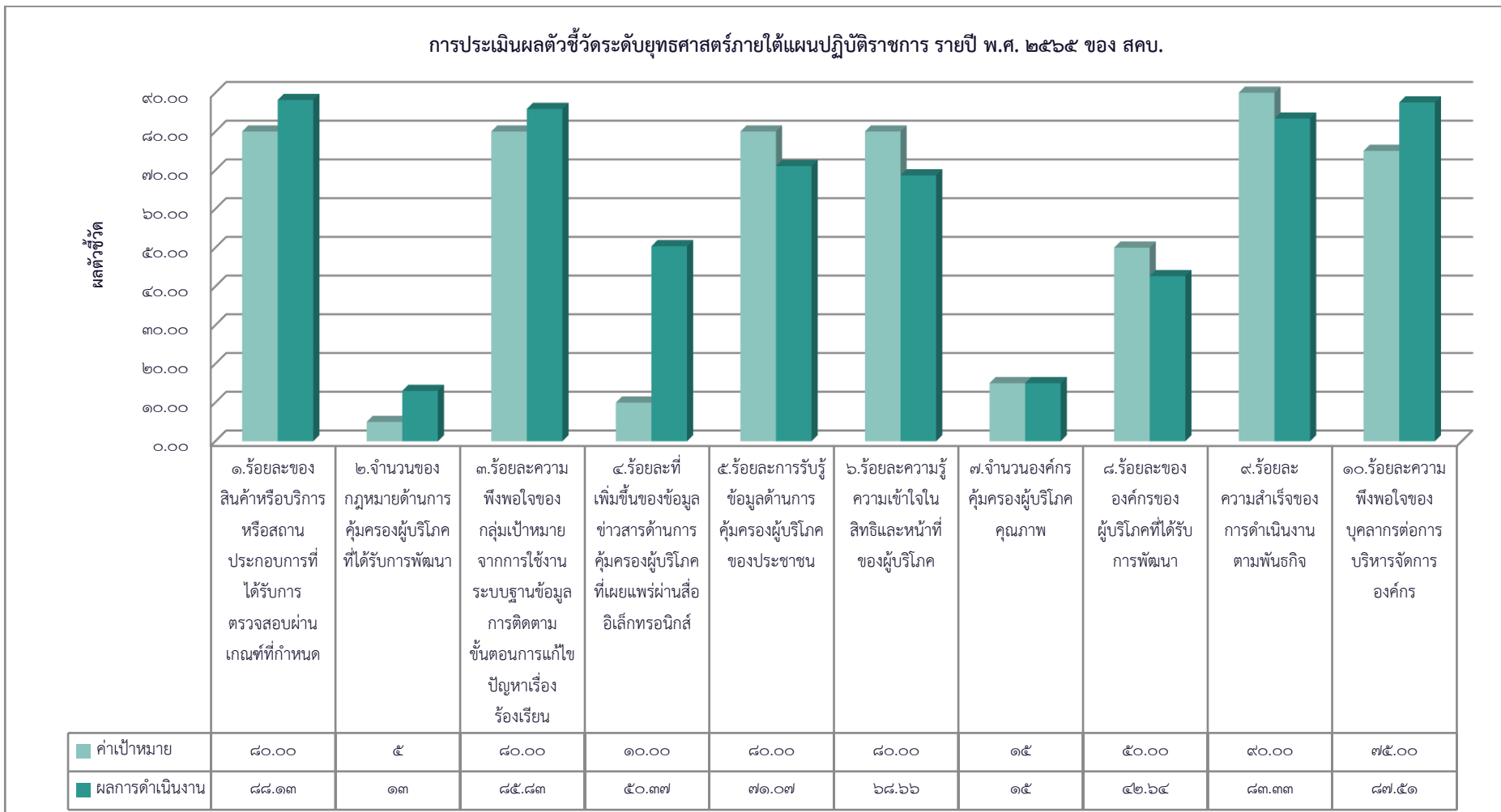
การติดตามผลและการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ราชปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ

เพื่อให้การดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการ ราชปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นรูปธรรมและขับเคลื่อนตามภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งนำผลการปฏิบัติการไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น ต่อไปนี้ สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีขั้นตอนการติดตามผลและการประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

๑. ให้งานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดรายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ทั้งในรูปแบบของการดำเนินโครงการ/ กิจกรรม และการดำเนินงานในลักษณะงานประจำตามแบบฟอร์มที่กำหนด มายังสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อรวบรวมผลข้อมูล
๒. สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคทำการรวบรวมผลข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล วิเคราะห์ผลและดำเนินการประเมินผลตามวิธีการของแต่ละตัวชี้วัด
๓. เมื่อดำเนินการวิเคราะห์ประเมินผลแต่ละตัวชี้วัดเสร็จสิ้น สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจัดประชุมเพื่อร่วมกันวิเคราะห์ถึงปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินแต่ละโครงการ/ กิจกรรม เพื่อนำผลลัพธ์จากการดำเนินงานที่ผ่านมาไปปรับปรุงและพัฒนาการปฏิบัติราชการในปีต่อไป รวมทั้งร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
๔. สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ราชปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแล้วเสนอให้ผู้บริหารเห็นชอบ
๕. สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคเผยแพร่รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ราชปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้หน่วยงานภายในและสาธารณชนทราบ

การประเมินผลตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

ผลการประเมินตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์



แผนภูมิแท่งแสดงผลการประเมินตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์เทียบกับค่าเป้าหมายภายใต้แผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

รายละเอียดผลการดำเนินงานของตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ภายใต้แผนปฏิบัติการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคป.

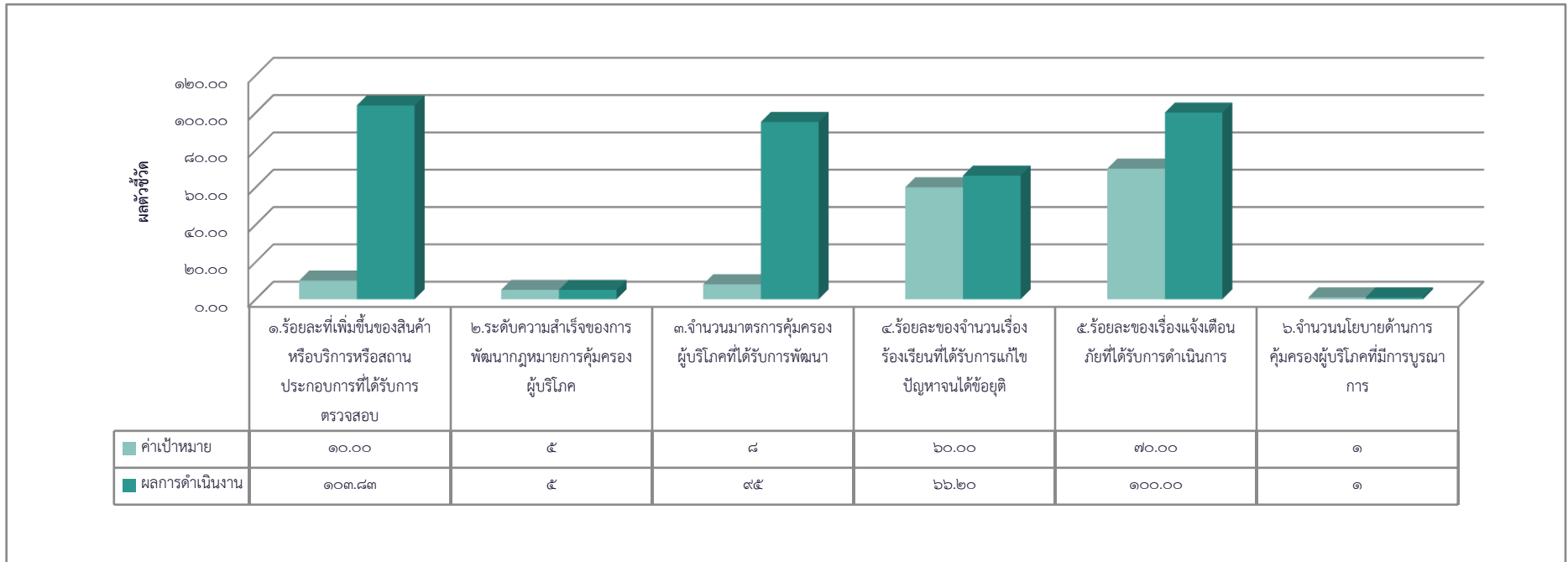
ยุทธศาสตร์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๘.๑๓	การตรวจสอบการโฆษณา/ การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่นๆทั่วไป/ การตรวจสอบสัญญา/ การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ รวมทั้งสิ้นจำนวน ๒,๒๒๘ ราย ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ๑,๗๓๗ ราย และจำนวน ๘,๖๑๑ ตัวอย่าง ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ๘,๔๖๕ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทั้งสิ้น ๘๘.๑๓
	จำนวนของกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา	๕ ฉบับ	๑๓ ฉบับ	สคป. ได้ดำเนินการพัฒนากฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามแผนพัฒนากฎหมายของ สคป. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ และบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ภายใต้แผนฯ จำนวน ๑๓ ฉบับ ดังนี้ (๑) โครงการรับฟังความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติมหรือยกเลิกประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาเรื่อง ให้ธุรกิจการกู้ยืมเงินเพื่อผู้บริโภคของสถาบันการเงินเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. ๒๕๔๕ (๒) โครงการจัดทำและรับฟังความคิดเห็นร่างประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่อง ให้ผลิตภัณฑ์สารเพิ่มประสิทธิภาพพืชและผลิตภัณฑ์สารปรับปรุงดินเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก (๓) โครงการจัดทำและรับฟังความคิดเห็นร่างพระราชกฤษฎีกายกเว้นสิทธิผู้บริโภคในการคืนสินค้า (Cooling Off Period) (๔) โครงการศึกษาจัดทำร่างกฎกระทรวงว่าด้วยการใช้ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง (๕) ร่างพระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. (๖) โครงการศึกษาแนวทางการจัดการกำกับดูแลการโฆษณาสินค้าและบริการผ่านทางสื่อดิจิทัล (๗) โครงการทบทวน กฎกระทรวงการวางหลักประกันการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๖๑ (๘) การจัดทำร่างระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยการปฏิบัติราชการเพื่อประชาชนของคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล เกี่ยวกับการรับเรื่องราวร้องทุกข์และการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาท พ.ศ. (๙) การจัดทำระเบียบคณะกรรมการ

ยุทธศาสตร์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
				<p>คุ้มครองผู้บริโภค ว่าด้วยหลักเกณฑ์การใกล้เคียงหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคของคณะอนุกรรมการใกล้เคียงเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคประจำจังหวัด พ.ศ. ๒๕๖๕ (๑๐) ระเบียบคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงว่าด้วยการเปิดบัญชีเงินฝากและการเบิกจ่ายเงินจากบัญชีเงินฝากสำหรับหลักประกันที่เป็นเงินสด พ.ศ. ๒๕๖๔ (๑๑) โครงการรับฟังความคิดเห็น (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เรื่อง แนวทางการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์และแนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา พ.ศ. (๑๒) ระเบียบคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง การขอความเห็นและคำปวยการในการให้ความเห็นเกี่ยวกับสัญญา พ.ศ. (๑๓) ระเบียบคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง การขอความเห็นและคำปวยการในการให้ความเห็นเกี่ยวกับหลักฐานการรับเงิน พ.ศ.</p>
<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรม เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย จากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตาม ขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน</p>	<p>ร้อยละ ๘๐</p>	<p>ร้อยละ ๘๕.๘๓</p>	<p>ข้อมูลจากผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เมื่อผู้รับบริการได้ใช้งานระบบร้องทุกข์ผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ ๘๕.๘๓</p>
	<p>ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>ร้อยละ ๑๐</p>	<p>ร้อยละ ๕๐.๓๗</p>	<p>ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ มีข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งหมดจำนวน ๓,๗๑๐ เรื่อง (ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ มีจำนวน ๒,๔๖๗ เรื่อง) คิดเป็นร้อยละที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ ๕๐.๓๗</p>
	<p>ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน</p>	<p>ร้อยละ ๘๐</p>	<p>ร้อยละ ๗๑.๐๗</p>	<p>กสป. ได้จัดทำแบบสำรวจ โดยได้รับความเห็นชอบจาก ลคป. ทั้งนี้ ได้ทบทวนแบบสำรวจให้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสถานศึกษา และประชาชน โดยมีกลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวนทั้งสิ้น ๒,๘๖๒ ตัวอย่าง ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ - กรกฎาคม ๒๕๖๕ ผลการสำรวจการรับรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน อยู่ที่ร้อยละ ๗๑.๐๗</p>
	<p>ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค</p>	<p>ร้อยละ ๘๐</p>	<p>ร้อยละ ๖๘.๖๖</p>	<p>กสป. ได้จัดทำแบบสำรวจ โดยได้รับความเห็นชอบจาก ลคป. ทั้งนี้ ได้ทบทวนแบบสำรวจให้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสถานศึกษา และประชาชน โดยมีกลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวนทั้งสิ้น ๒,๘๖๒ ตัวอย่าง ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ - กรกฎาคม ๒๕๖๕ ผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค อยู่ที่ร้อยละ ๖๘.๖๖</p>

ยุทธศาสตร์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนา ศักยภาพเครือข่าย และส่งเสริมการคุ้มครอง ผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น	จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ	๑๕ องค์กร	๑๕ องค์กร	จากการประเมินองค์กรผู้บริโภคคุณภาพ จำนวนทั้งสิ้น ๓๗ องค์กร ได้รับรางวัล องค์กรผู้บริโภคคุณภาพ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ จำนวน ๑๕ องค์กร
	ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา	ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๔๒.๖๔	ภาคีเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาคิดเป็นร้อยละ ๔๒.๖๔
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาการบริหารจัดการ องค์กรและเพิ่มศักยภาพ บุคลากรให้มีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงาน ตามพันธกิจ	ร้อยละ ๙๐	ร้อยละ ๘๓.๓๓	ตัวชี้วัดสำคัญที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานตามพันธกิจมี ๖ ตัวชี้วัด ได้แก่ (๑) จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา (ผ่าน) (๒) ร้อยละ ของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ (ผ่าน) (๓) จำนวนนวัตกรรม เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (ผ่าน) (๔) จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ (ผ่าน) (๕) จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา (ผ่าน) และ (๖) ระดับความสำเร็จ ในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) (ไม่ผ่าน) คิดเป็นร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงาน ตามพันธกิจได้ ๘๓.๓๓
	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการ องค์กร	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๗.๕๑	การสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมในการทำงาน มีผลสำรวจคิดเป็นร้อยละ ๘๗.๕๑

ผลการประเมินตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค



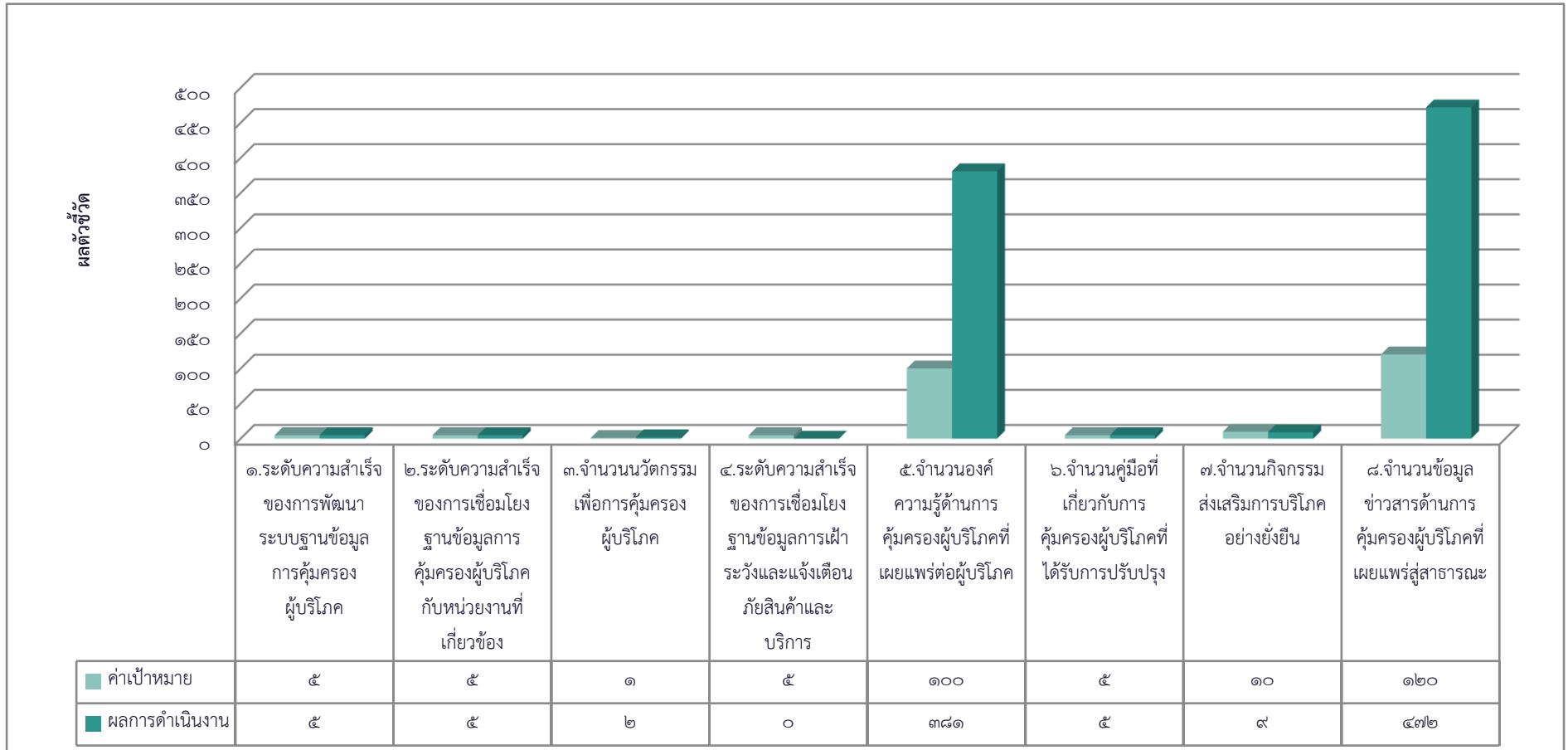
แผนภูมิแท่งแสดงผลการประเมินตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์เทียบกับค่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค ภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

รายละเอียดผลการดำเนินงานของตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์: ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาโลก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบการหรือแนวทางการตรวจสอบกำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้องและปลอดภัย	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ (ย๑ก๑)*	๑๐	ร้อยละ ๑๐๓.๘๓	การตรวจสอบการโฆษณา/ การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่นๆ ทั่วไป/ การตรวจสอบสัญญา/ การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ดำเนินการตรวจสอบรวมทั้งสิ้น ๒,๒๒๘ ราย และ ๘,๖๑๑ ตัวอย่าง (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ มีจำนวน ๓๗๙ ราย และ ๓,๐๓๙ ตัวอย่าง) คิดเป็นร้อยละที่เพิ่มขึ้น ๑๐๓.๘๓
กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสภาพปัญหา	ระดับความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค (ย๑ก๒)	ระดับ ๕	ระดับ ๕	กคค. ได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานของแผนพัฒนากฎหมายฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ในวันที่ ๙ - ๑๐ กันยายน ๒๕๖๕ ณ บ้านอัมพวา รีสอร์ท แอนด์ สปา จ.สมุทรสงคราม และได้เสนอรายงานผลดังกล่าวต่อที่ประชุมผู้บริหาร สคบ. ในการประชุมครั้งที่ ๔/๒๕๖๕ วันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๖๕
กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนามาตรการหรือแนวทางการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค	จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา (ย๑ก๓)*	๘ เรื่อง	๙๕ เรื่อง	สคบ. ได้พัฒนามาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ระดับประกาศ/ ระเบียบ/ คำสั่ง เช่น ประกาศคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง คำสั่งคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ และคำสั่งคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก รวมจำนวนทั้งสิ้น ๙๕ ฉบับ
	ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติ (ย๑ก๓)	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๖๖.๒๐	ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ สคบ. สามารถยุติเรื่องรวมทั้งสิ้นคิดเป็นร้อยละ ๖๖.๒๐
กลยุทธ์ที่ ๔ พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ	ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ (ย๑ก๔)	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๑๐๐	กคค. ได้จัดทำข้อมูลแจ้งเตือนภัยและเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวทางเว็บไซต์ thaicas.ocpb.go.th/News โดยได้รับเรื่องแจ้งเตือนภัย จำนวน ๕๕๐ ข้อมูล และได้ดำเนินการแจ้งเตือนภัยเสร็จสิ้นทั้ง ๕๕๐ ข้อมูล
กลยุทธ์ที่ ๕ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ	จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการ (ย๑ก๕)	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	สพจ. ได้ดำเนินการขับเคลื่อนการบูรณาการงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาคและท้องถิ่นให้เกิดผลเป็นรูปธรรม

ผลการประเมินตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค



แผนภูมิแท่งแสดงผลการประเมินตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์เทียบกับค่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

รายละเอียดผลการดำเนินงานของตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์: ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

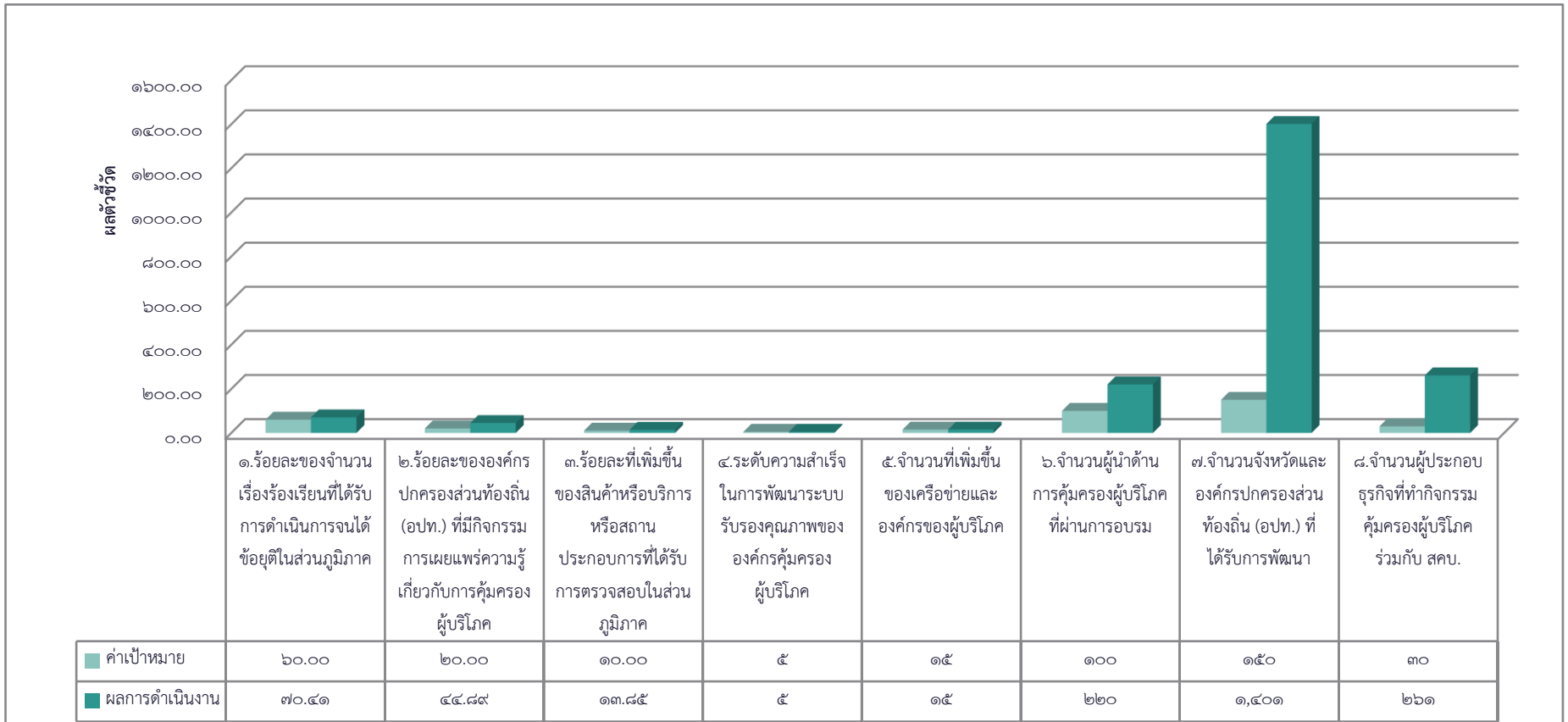
กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (ย๒ก๑)	ระดับ ๕	ระดับ ๕	กกค. และ สผพ. (ส่วนเทคโนโลยีฯ) ได้จัดทำฐานข้อมูลกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของ สคบ. แล้วเสร็จ ๑๐ ฐานข้อมูล
	ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ย๒ก๑)	ระดับ ๕	ระดับ ๕	สคบ. ได้มีการเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานเป้าหมาย จำนวน ๓๕ รายการบัญชีข้อมูล
กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนานวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (ย๒ก๒)*	๑ นวัตกรรม	๒ นวัตกรรม	สคบ. ได้มีการพัฒนาระบบ Chatbot ซึ่งเป็นนวัตกรรมการให้บริการสำหรับประชาชน ในกรณีที่ประชาชนมีข้อสงสัยหรือต้องการสอบถามข้อมูลด้านต่าง ๆ สามารถเข้ามาพูดคุยกับ Chatbot ได้อีกหนึ่งช่องทาง โดยระบบจะทำการประมวลผลคำถาม และจะประเมินหาคำตอบที่เหมาะสมตามประเด็นคำถาม รวมถึงสามารถแนะนำไปยังฐานข้อมูลที่ได้มีการเชื่อมโยงข้อมูลไว้ อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ เช่น สินค้า บริการ และอสังหาริมทรัพย์ โดยสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้แบบ Real time และ ๒๔ ชั่วโมง และระบบร้องทุกข์ผู้บริโภคอัจฉริยะ (OCPB Complaint) เพื่อให้บริการประชาชนร้องทุกข์ผ่านระบบออนไลน์ เข้าถึงระบบติดตามผล แจ้งความคืบหน้า ผ่าน E-mail และ SMS ผู้ร้องทุกข์ได้ด้วยตัวเองผ่าน Mobile Application OCPB Connect ช่วยผู้บริโภคได้รับคำตอบอย่างรวดเร็วตลอด ๒๔ ชั่วโมง มีการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการเชื่อมโยงเรื่องร้องทุกข์ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มาช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหาการร้องทุกข์ การจัดทำฟอร์มดิจิทัล โดยให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานกระบวนการร้องทุกข์ สามารถสร้างเอกสาร ส่งเอกสาร สื่อสารกับผู้รับบริการผ่านระบบทุกขั้นตอน

กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ	ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ (ย๒ก๓)*	ระดับ ๕	N/A	สผพ. มีการดำเนินการพัฒนาระบบเชื่อมโยงข้อมูลประเภทเตือนภัย/ข้อมูลข่าวสาร/ องค์ความรู้ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ยังไม่มีการเชื่อมโยงกับระบบของ สคบ. (thaicas.ocpb.go.th/News) จึงทำให้ไม่สามารถตอบตัวชี้วัดนี้ได้ ทั้งนี้ กคผ. ได้จัดทำข้อมูลแจ้งเตือนภัยและเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ดังกล่าว จำนวน ๕๕๐ ข้อมูล
กลยุทธ์ที่ ๔ การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน	จำนวนองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ต่อผู้บริโภค (ย๒ก๔)	๑๐๐	๓๘๑ เรื่อง	กผป. ได้มีการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ Infographic (เฉพาะข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค) รวมจำนวนทั้งสิ้น ๓๘๑ เรื่อง
	จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุง (ย๒ก๔)*	๕ เรื่อง	๕ เรื่อง	กผป. ได้จัดทำคู่มือปฏิบัติงานของ สคบ. จำนวน ๕ คู่มือ ดังนี้ (๑) คู่มือ อสคบ. (๒) คู่มือ รถยนต์ใช้แล้ว (๓) คู่มือ การวางหลักประกันการประกอบธุรกิจขายตรงและการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง (๔) คู่มือ การจัดทำและการดูแลราคาสินค้า และ (๕) คู่มือการใช้ชีวิตในโลกออนไลน์อย่างมีคุณภาพ
	จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน (ย๒ก๔)*	๑๐	๙ กิจกรรม	สคบ. ได้ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน จำนวน ๙ กิจกรรม ดังนี้ (๑) กิจกรรมรณรงค์เพื่อผู้บริโภครุ่นใหม่ ปรับแนวคิดก้าวทันโลก (๒) กิจกรรมการจัดงานวันคุ้มครองผู้บริโภคไทย ๒๕๖๕ (๓) กิจกรรมการสร้างความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคของภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม (๔) กิจกรรมเสริมสร้างและยกระดับมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค (๕) กิจกรรมการประเมินองค์กรผู้บริโภคคุณภาพ (๖) กิจกรรมสัมมนาให้ความรู้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัย (กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านยานยนต์) (๗) กิจกรรมสัมมนาให้ความรู้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัย (กลุ่มผู้ประกอบการประเภทเตาแก๊ส) ครั้งที่ ๒ (๘) กิจกรรมสัมมนาออนไลน์ "OCPB COMPLAINT ข้ามขีดจำกัด

กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
				ปลดล็อคทุกมิติ กับ สคบ. ด้วยระบบร้องทุกข์อัจฉริยะ” และ (๘) โครงการชักชวนความเข้าใจประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่อง กำหนดประเภทของสินค้าให้เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ. ๒๕๖๕ และบัญชีแนบท้ายประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่อง กำหนดประเภทของสินค้าให้เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ. ๒๕๖๕
กลยุทธ์ที่ ๕ การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย	จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ (ย๒ก๕)	๑๒๐	๔๗๒ เรื่อง	กผป. ได้มีข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผลิตและเผยแพร่สู่สาธารณะ เช่น สื่อวีดิทัศน์/การผลิตสื่อบท Infographic บทความด้านการคุ้มครองผู้บริโภค สื่อสิ่งพิมพ์ ข่าวประชาสัมพันธ์ และสื่อวีดิทัศน์ รวมจำนวนทั้งสิ้น ๔๗๒ เรื่อง

ผลการประเมินตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น



แผนภูมิแท่งแสดงผลการประเมินตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์เทียบกับค่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ภายใต้แผนปฏิบัติการ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

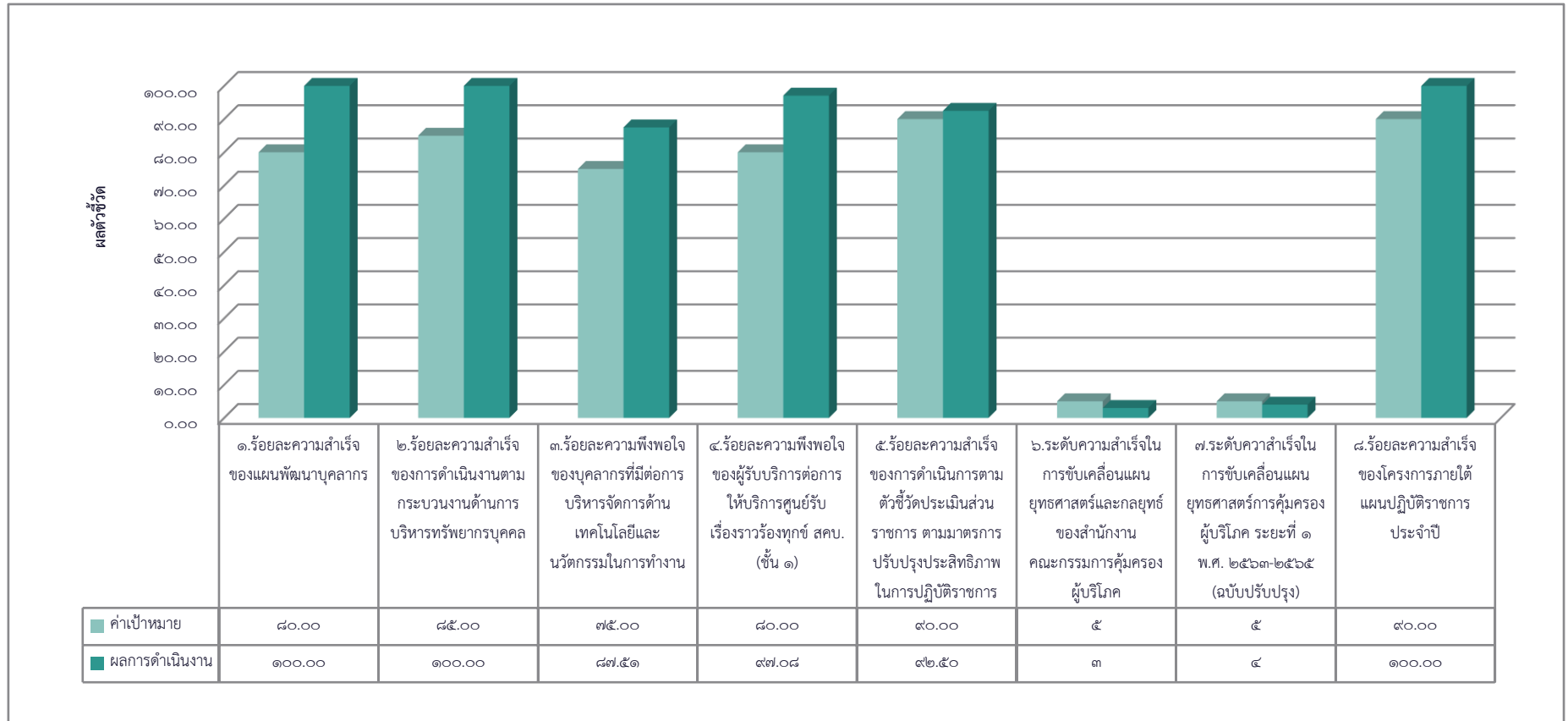
รายละเอียดผลการดำเนินงานของตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์: ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับ การดำเนินการจนได้ข้อยุติในส่วนภูมิภาค (ย๓ก๑)	๖๐	ร้อยละ ๗๐.๔๑	สคบ. ได้รับเรื่องร้องเรียนในส่วนภูมิภาค จำนวน ๓,๑๑๖ เรื่อง ยุติ ๒,๑๙๔ เรื่อง คิดเป็นร้อยละ ๗๐.๔๑
	ร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (ย๓ก๑)	๒๐	ร้อยละ ๔๔.๘๙	สพจ. ได้สำรวจการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของ อปท. ผ่านระบบออนไลน์ พบว่า มี อปท. ที่มีการจัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๑๐๑ แห่ง
	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ ในส่วนภูมิภาค (ย๓ก๑)	๑๐	ร้อยละ ๑๓.๘๕	การตรวจสอบสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการในส่วน ภูมิภาค ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ จำนวน ๑,๘๐๐ ราย (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ จำนวน ๑,๕๘๑ ราย) คิดเป็นร้อยละ ที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ ๑๓.๘๕
	จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา (ย๓ก๑)	- บุคลากรจาก ๗๖ จังหวัด - บุคลากรจาก อปท. ๑๕๐ แห่ง	บุคลากรจาก ๗๖ จังหวัด, บุคลากรจาก อปท. ๑,๔๐๑ แห่ง	สพจ. ได้ดำเนินการจัดโครงการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น (รูปแบบออนไลน์) จำนวน ๕ ครั้ง มี ผู้เข้าร่วม โครงการฯ จำนวน ๑,๔๐๑ แห่ง ๑,๕๕๕ ราย แบ่งเป็น ๗๖ จังหวัด เทศบาล ๑,๑๓๘ แห่ง และ อปท. ๒๖๓ แห่ง (อปท.)
กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กร คุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบ รับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภค (ย๓ก๒)*	ระดับ ๕	ระดับ ๕	สคบ. มีการรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคโดยจัดทำ หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับ ยอดเยี่ยม

กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนา ศักยภาพเครือข่ายและองค์กร คู่มครองผู้บริโภค	จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กร ของผู้บริโภค (ย๓ก๓)*	๑๕	๑๕ เครือข่าย	จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค ๑๕ เครือข่าย ดังนี้ (๑) สถาบันวิทยาลัยชุมชน (๒) สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน (๓) สมาคมทีวี โฮม ช้อปปิง (ประเทศไทย) (๔) สมาคมอุตสาหกรรม การขายตรงไทย (๕) สมาคมการขายตรงไทย (๖) สมาคมผู้ประกอบการ รถยนต์ใช้แล้ว (๗) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (๘) วิทยาลัยทองสุข (๙) มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต (๑๐) สำนักงานศาลยุติธรรม (๑๑) สำนักงาน พัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (๑๒) สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา (๑๓) กรมบังคับคดี (๑๔) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และ (๑๕) สภาองค์กรของผู้บริโภค
	จำนวนผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ผ่านการอบรม (ย๓ก๓)	๑๐๐	๒๒๐ คน	กผป. ได้ดำเนินกิจกรรมเสริมสร้างและยกระดับมาตรฐาน การคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๒ ครั้ง มีจำนวนผู้นำด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่ผ่านการอบรม รวมทั้งสิ้น ๒๒๐ คน
กลยุทธ์ที่ ๔ ส่งเสริมให้ ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วม ในการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำกิจกรรม คุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ. (ย๓ก๔)*	๓๐	๒๖๑ คน	สคบ. ได้ดำเนินกิจกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับผู้ประกอบการ ธุรกิจ เช่น กิจกรรมเสริมสร้างและยกระดับมาตรฐานการคุ้มครอง ผู้บริโภคกิจกรรมสัมมนาให้ความรู้ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค โดยมีผู้ประกอบการธุรกิจทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ. รวมทั้งสิ้น ๒๖๑ คน

ผลการประเมินตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ



แผนภูมิแท่งแสดงผลการประเมินตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์เทียบกับค่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากร

ให้มีประสิทธิภาพ ภายใต้แผนปฏิบัติการ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

รายละเอียดผลการดำเนินงานของตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์: ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของแผนพัฒนาบุคลากร (ย๔ก๑)	๘๐	ร้อยละ ๑๐๐	สกก. มีการดำเนินโครงการ/กิจกรรมที่กำหนดไว้ภายใต้แผนพัฒนาบุคลากร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ดังนี้ โครงการอบรมบุคลากรในหลักสูตรที่จัดโดยหน่วยงานภายนอก และ โครงการพัฒนาบุคลากรภาครัฐในการปฏิบัติราชการตามแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์และการส่งมอบความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรม เสริมสร้างจริยธรรม และต่อต้านการทุจริต โครงการเสริมร่างกาย สร้างแรงใจ เต็มไฟในการทำงาน ด้วยหลักจิตวิทยาในการทำงาน โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการวางแผนกลยุทธ์ และเทคนิคการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนองค์กร และโครงการเสริมศักยภาพบุคลากรด้านการสร้างสื่อดิจิทัล เพื่อเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค รวมทั้ง สผพ. (ส่วนเทคโนโลยี) ได้ดำเนินโครงการพัฒนาดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐ เพื่อขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัลระยะที่ ๑ ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ร่วมกับ สกก.
กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามกระบวนการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (ย๔ก๒)	๘๕	ร้อยละ ๑๐๐	สกก. ดำเนินงานตามกระบวนการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ร้อยละ ๑๐๐
กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน (ย๔ก๓)*	๗๕	ร้อยละ ๘๗.๕๑	กพบ. ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรได้นำเสนอผู้บริหารเห็นชอบรายงานแบบสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงานแล้ว มีผลสำรวจคิดเป็นร้อยละ ๘๗.๕๑
	ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑) (ย๔ก๓)	๘๐	ร้อยละ ๙๗.๐๘	ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยคำนวณจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจาก ๒ ช่องทาง ได้ร้อยละ ๙๗.๐๘ ดังนี้ (๑) ผ่านทางระบบ (Smile Box) ร้อยละ ๙๘.๙๔ และ (๒) ผ่านทางระบบสายด่วน สคบ. ๑๑๖๖ ร้อยละ ๙๕.๒๑

กลยุทธ์	รายละเอียดตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	รายละเอียดผลการดำเนินงาน
	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ (ย๔ก๓)	๙๐	ร้อยละ ๙๒.๕๐	การประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของส่วนราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ สำนักงาน ก.พ.ร. ได้กำหนดให้ส่วนราชการดำเนินงานตามแนวทางการประเมินผลตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประกอบด้วย ๒ องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ ๑ การประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Performance Base) และองค์ประกอบที่ ๒ การประเมินศักยภาพในการดำเนินงาน (Potential Base) จากการทำงานรอบ ๑๒ เดือน คิดเป็นร้อยละ ๙๒.๕๐ ของเป้าหมายตัวชี้วัดทั้งหมด
กลยุทธ์ที่ ๔ การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ย๔ก๔)	ระดับ ๕	ระดับ ๓	ประเมินผลจากจำนวนตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สคบ. ที่ดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๕ บรรลุผล ๖ ตัวชี้วัด ได้แก่ (๑) ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด (๒) จำนวนของกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา (๓) ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน (๔) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (๕) จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ และ (๖) ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร
	ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) (ย๔ก๔)	ระดับ ๕	ระดับ ๔	ระดับตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) มีจำนวนทั้งหมด ๑๖ ตัวชี้วัด โดยมีตัวชี้วัดที่บรรลุผล จำนวน ๑๑ ตัวชี้วัด
กลยุทธ์ที่ ๕ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี	ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี (ย๔ก๕)	๙๐	ร้อยละ ๑๐๐	สคบ. ดำเนินโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐

ลำดับ	รายการค่าใช้จ่าย	โครงการ/กิจกรรม	สำนัก/กอง	งบประมาณ (บาท)	คงเหลือ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ (เดือน)													
						ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
๔.	ค่าใช้จ่ายเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคแก่ประชาชน	รวมทั้งสิ้น		๖,๒๒๒,๑๐๐	๑๒๑,๖๐๕														
		๗. โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ	กผป.	๔๔๗,๑๐๐															
		๘. โครงการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานด้านการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	กคต.	๓๗๕,๐๐๐															
		๙. โครงการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานด้านกองกฎหมายและคดี	กกค.	๑,๔๘๐,๐๐๐															
		๑๐. โครงการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานรับเรื่องราวร้องทุกข์ด้านสินค้าและบริการ	กคณ.	๑,๒๖๐,๐๐๐															
		๑๑. โครงการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานรับเรื่องราวร้องทุกข์ด้านอาหารมีพิษภัย	กคส.	๑,๘๐๐,๐๐๐															
		๑๒. โครงการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	กผป.	๓๖๐,๐๐๐															
	นำเงินไปสมทบค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ๗๖ จังหวัด			๔๑๒,๕๐๐															
	ได้รับเงินสมทบ ๑. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมประสิทธิภาพกลไกในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์สูงสุด = ๑๓๐,๐๐๐ บาท ๒. ค่าใช้จ่ายพัฒนาคุณภาพการให้บริการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค = ๕๐,๐๐๐ บาท ๓. ค่าใช้จ่ายผลักดันการกำหนดความรับผิดชอบให้ผู้ประกอบธุรกิจมีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค = ๔๐,๐๐๐ บาท ๔. ค่าใช้จ่ายเฝ้าระวังและพิสูจนสินค้าที่ไม่ปลอดภัย = ๑๘๐,๐๐๐ บาท ๕. ค่าใช้จ่ายสนับสนุนการดำเนินการจัดการกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดและท้องถิ่น = ๘๐,๐๐๐ บาท			๕๘๐,๐๐๐															
	*๗. โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ	กผป.		๕๘๐,๐๐๐															
	**๒๖ โครงการประชุมนานาชาติเพื่อความร่วมมือในการพัฒนากระบวนการเยียวยาผู้บริโภคระดับทวีปเอเชีย	สผพ.		๔๒๙,๐๐๐															

ลำดับ	รายการค่าใช้จ่าย	โครงการ/กิจกรรม	สำนัก/กอง	งบประมาณ (บาท)	คงเหลือ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ (เดือน)													
						ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
		ผู้บริหาร (AACP Chairmanship) ในปี พ.ศ. ๒๕๖๘																	
	นำเงินไปสมทบค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ๗๖ จังหวัด			๓๘,๐๐๐															
๗.	ค่าใช้จ่ายเฝ้าระวังและพิสูจน์ สินค้าที่ไม่ปลอดภัย	รวมทั้งสิ้น		๑,๙๘๕,๐๐๐	๓,๖๕๐														
		๑๕. โครงการเพิ่มศักยภาพการ ปฏิบัติงานเฝ้าระวังและพิสูจน์ สินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย	กคผ.	๑,๘๐๐,๐๐๐															
		๑๖. โครงการตรวจสอบพิสูจน์ สินค้าและบริการที่อาจเป็น อันตรายแก่ผู้บริโภค	กคผ.	๑๘๐,๐๐๐															
		*๑๓ โครงการเพิ่มศักยภาพการ ปฏิบัติงานรับเรื่องร้องทุกข์ และเฝ้าระวังตรวจสอบโฆษณา ทางสื่อต่างๆ	กคผ.	๕,๐๐๐															
	นำเงินไปสมทบค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ๗๖ จังหวัด			๓๘,๐๐๐															
	นำเงินไปสมทบค่าใช้จ่ายเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคแก่ประชาชน			๑๘๐,๐๐๐															
๘.	ค่าใช้จ่ายสนับสนุนการ ดำเนินงานด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคของ คณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำจังหวัด ๗๖ จังหวัด	รวมทั้งสิ้น		๓๐,๐๐๐,๐๐๐	๕๓๔,๙๘๕														
		๑๗. กิจกรรมจ้างเหมาบุคลากร ปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนการ ดำเนินงานของคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภคประจำ จังหวัด	สปจ.	๒๗,๓๖๐,๐๐๐															
		๑๘. กิจกรรมเอนจินจัดสรร งบประมาณเพื่อสนับสนุนการ ดำเนินงานด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค	สปจ.	๒,๖๓๙,๙๘๐															
ได้รับเงินสมทบจาก ๑.ค่าใช้จ่ายส่งเสริมประสิทธิภาพกลไกในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์สูงสุด = ๗๕,๐๐๐ บาท ๒.ค่าใช้จ่ายเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครอง สิทธิผู้บริโภคแก่ประชาชน = ๓๐,๐๐๐ บาท และ ๓.ค่าใช้จ่ายผลักดันการกำหนดความ รับผิดชอบให้ผู้ประกอบการที่มีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค = ๙,๐๔๕ บาท				๑๑๔,๐๔๕															
ได้รับเงินสมทบจาก ๑.ค่าใช้จ่ายสร้างเครือข่ายเพื่อป้องกันและลดอุบัติเหตุ = ๕๐,๐๐๐ บาท				๑,๐๗๖,๕๐๐															

ลำดับ	รายการค่าใช้จ่าย	โครงการ/กิจกรรม	สำนัก/กอง	งบประมาณ (บาท)	คงเหลือ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ (เดือน)												
						ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
๒.ค่าใช้จ่ายส่งเสริมประสิทธิภาพพลกโในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์ สูงสุด = ๑๙๕,๐๐๐ บาท ๓.ค่าใช้จ่ายเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคแก่ ประชาชน = ๓๘๒,๕๐๐ บาท ๔.ค่าใช้จ่ายผลักดันการกำหนดความรับผิดชอบให้ผู้ประกอบ ธุรกิจมีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค = ๑๔๐,๐๐๐ บาท ๕.ค่าใช้จ่ายส่งเสริมกลไก การคุ้มครองผู้บริโภคระดับสากล = ๓๘,๐๐๐ บาท ๖.ค่าใช้จ่ายเฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าที่ไม่ ปลอดภัย = ๓๘,๐๐๐ บาท และ ๗.ค่าใช้จ่ายสนับสนุนการดำเนินการจัดการกลไกการ คุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดและท้องถิ่น = ๒๓๓,๐๐๐ บาท																		
		*๑๘. กิจกรรมอินจัดสรร งบประมาณเพื่อสนับสนุนการ ดำเนินงานด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค	สปจ.	๑,๑๙๐,๕๔๕														
		*๑. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการ ปฏิบัติงานสำนักแผนและการ พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค	สมพ.	๒๕๕,๐๐๐														
		*๔. โครงการเพิ่มศักยภาพในการ ปฏิบัติงานของสำนักงานเลขานุการ กรม	สลก.	๓๓๐,๐๒๐														
		*๖. โครงการบริหารศูนย์รับ เรื่องราวร้องทุกข์ สคบ.	ศรท.	๔๕๒,๐๐๐														
		*๑๔. โครงการจ้างเหมาบริการ เจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติงานสำนักแผน และการพัฒนาการคุ้มครอง ผู้บริโภค (ส่วน ตปท.)	สมพ.	๔๑๒,๔๐๐														
		**๒๔ โครงการประชุมสัมมนาเชิง ปฏิบัติการการขับเคลื่อนการ ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ออนไลน์)	สปจ.	๘๐,๕๕๐														
		**๒๘ โครงการนิเทศติดตามและ เร่งรัดการดำเนินการแก้ไขเรื่อง ร้องเรียนในส่วนภูมิภาค	สปจ.	๑๕๔,๑๐๕														

ลำดับ	รายการค่าใช้จ่าย	โครงการ/กิจกรรม	สำนัก/กอง	งบประมาณ (บาท)	คงเหลือ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ (เดือน)											
						ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.

แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม

(งบรายจ่ายอื่น)

๑.	ขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕	รวมทั้งสิ้น		๒๔๗,๑๐๐	๑๓,๗๘๑													
		๑. โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕	สมพ.	๒๔๗,๑๐๐														

แผนงานแผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล

(งบรายจ่ายอื่น)

๑.	พัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล ระยะที่ ๑ ปีงบประมาณ ๒๕๖๕	รวมทั้งสิ้น		๑๐๐,๐๐๐	-													
		๑. โครงการพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล ระยะที่ ๑ ปีงบประมาณ ๒๕๖๕	สมพ.	๑๐๐,๐๐๐														

แผนงานแผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล

(งบลงทุน)

๑.	พัฒนาระบบดิจิทัลการให้บริการเชื่อมโยงและบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค	รวมทั้งสิ้น		๘,๔๕๙,๖๐๐	๑๑,๖๐๐													
		๑. โครงการพัฒนาระบบดิจิทัลการให้บริการเชื่อมโยงและบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค	สมพ.	๘,๔๕๙,๖๐๐														

หมายเหตุ : * เป็นโครงการซ้ำและใช้ค่าใช้จ่ายมากกว่า ๑ รายการ

** เป็นโครงการใหม่

สรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะในภาพรวมตามแผนปฏิบัติการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ.

จากการปฏิบัติราชการของ สคบ. ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ พบว่า ภาพรวมการดำเนินงานตามภารกิจของ สคบ. ทั้งในส่วนของภารกิจหลัก ประกอบด้วย การแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติของเรื่องร้องเรียนที่ได้รับ การพัฒนากฎหมาย มาตรการและแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น รวมทั้ง ในส่วนของภารกิจสนับสนุน ประกอบด้วย การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และการพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กร และการพัฒนาบุคลากรของ สคบ. สามารถบรรลุผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

ปัญหา/อุปสรรค

แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่า สคบ. จะได้ดำเนินงานด้านการสื่อสารเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมได้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้นั้น แต่การรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชนและความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคนั้น ยังไม่สามารถบรรลุตามเป้าหมายเท่าที่ควร เนื่องจากข้อจำกัดของงบประมาณที่ได้รับทำให้ไม่สามารถดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ได้ครอบคลุมในทุกกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ในการบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบว่า การกำกับ ติดตามและประเมินผลยังขาดความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้ไม่สามารถดำเนินงานและรายงานผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับเปลี่ยนผู้แทนของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ บ่อยครั้ง ทำให้ขาดประสิทธิภาพและความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน รวมทั้ง การขาดการตั้งงบประมาณเพื่อให้หน่วยงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ใช้ในการสนับสนุนหรือขับเคลื่อนภารกิจให้บรรลุตามค่าเป้าหมายที่กำหนด ส่งผลให้การบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร และยังไม่สามารถสะท้อนถึงการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมของประเทศได้

ข้อเสนอแนะ

จากการปฏิบัติราชการของ สคб. ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ นั้น ทำให้สะท้อนถึงส่วนที่จะต้องปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาการปฏิบัติราชการ ดังนี้

๑. การปรับเปลี่ยนรูปแบบ/วิธีการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์และข้อจำกัดในด้านงบประมาณ เช่น การจัดประชุมออนไลน์ การรับฟังความคิดเห็นด้วย Google Form การปรับกระบวนการงานสู่การใช้เทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น เป็นต้น
๒. การจัดทำค่าของงบประมาณ โดยการจัดทำโครงการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ตอบสนองต่อเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติในด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมและด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ แผนในระดับต่าง ๆ และสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน