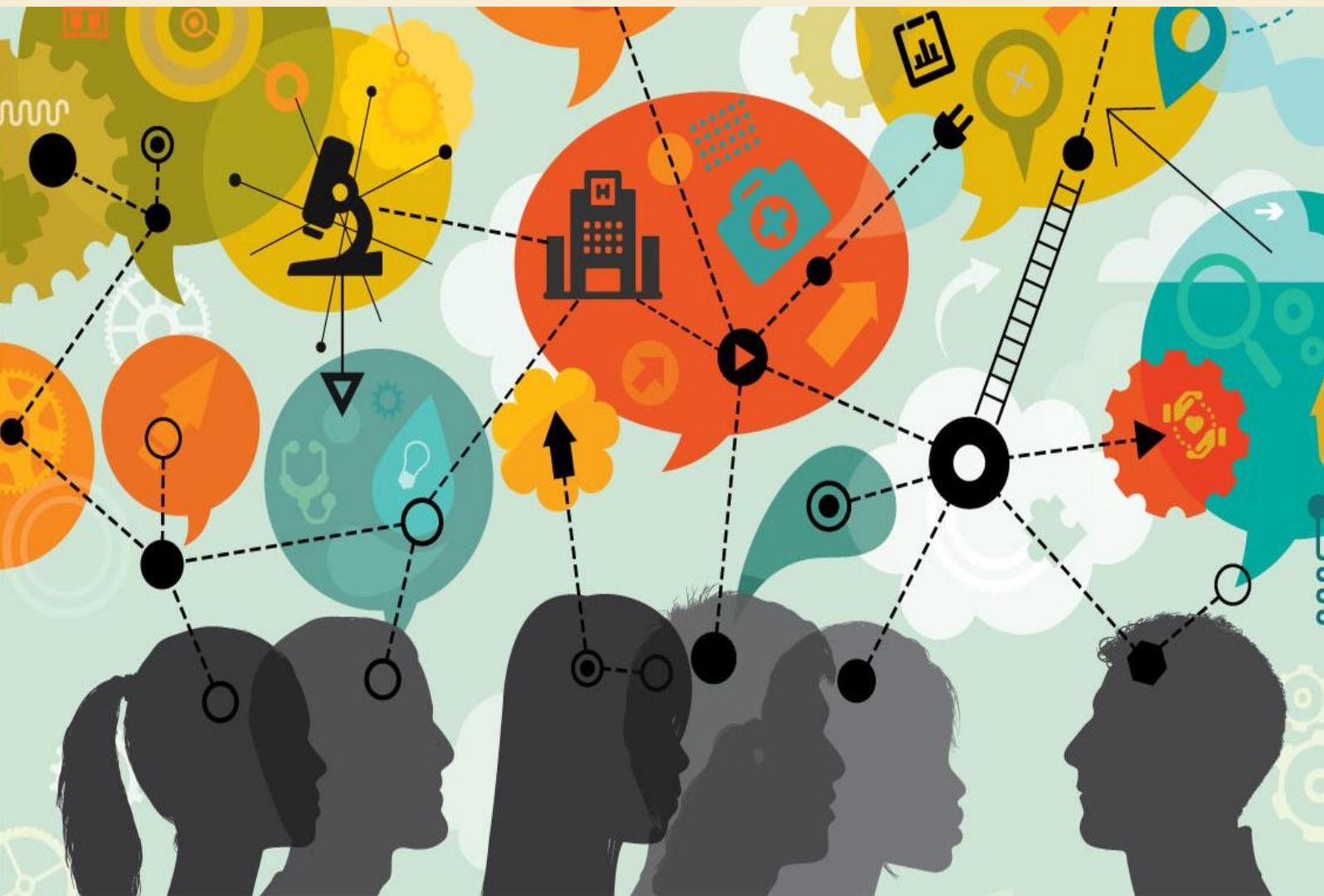




รายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ 2 (Progress Report 2)  
กิจกรรม ประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1  
ระยะครึ่งแผน  
ภายใต้โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563



## ฉบับสมบูรณ์

จัดทำโดย



บริษัท แมกซ์ 7618 จำกัด  
MAX 7618 CO., LTD.

สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค  
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

## สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>
	1. หลักการและเหตุผล
	2. วัตถุประสงค์
	3. ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบ
	4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
<b>บทที่ 2</b>	<b>แนวคิดและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง</b>
	1. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
	2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
	3. กรอบแนวคิด
<b>บทที่ 3</b>	<b>ขั้นตอนและวิธีการศึกษา</b>
	1. ขั้นตอนการศึกษา
	2. วิธีการศึกษา
<b>บทที่ 4</b>	<b>แผนการดำเนินงาน</b>
	1. วิธีการดำเนินงาน
	2. ลำดับขั้นตอนการดำเนินงาน
	3. แผนปฏิบัติงาน
	4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน
	5. งานและสิ่งที่ส่งมอบ
<b>บทที่ 5</b>	<b>การศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560-2562) จากโครงการที่ทำการคัดเลือก</b>
	1. เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและประเมินผล
	2. การคัดเลือกโครงการ / กิจกรรมเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ใช้ข้อมูลปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
	3. ผลการศึกษารายโครงการ (จำนวน 13 โครงการ)

## สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 6	<b>การศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560-2562)</b>	132
	1. ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติปี พ.ศ. 2560-2562 ในภาพรวม	132
	2. สรุปการบรรลุผลตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564) ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ (13 ตัวชี้วัด) 15 กลยุทธ์ (16 ตัวชี้วัด)	226
	3. การรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 – 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)	241
	4. การนำเสนอการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 – 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)	247
บทที่ 7	<b>สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 – 2562</b>	252
	1. สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 -2564) ระยะครึ่งแผน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 – 2562	252
	2. ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ในระยะเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565)	262
	3. สรุปผลการวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ทุกมิติ	265
	4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)	277
	<b>บรรณานุกรม</b>	279
	<b>ภาคผนวก ก</b>	281
	<b>ภาคผนวก ข</b>	294

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2-1	ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2560-2561	4
3-1	กลุ่มตัวอย่าง และการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	29
4-1	วิธีการดำเนินงาน	32
4-2	แผนปฏิบัติงาน	36
4-3	งวดงานและสิ่งที่ส่งมอบ	38
5-1	แสดงความสัมพันธ์การนำแนวคิด CIPP Model และ Balanced Scorecard มาใช้ในการสร้างเครื่องมือการติดตามและประเมินผล	40
5-2	การคัดเลือกโครงการ/กิจกรรมเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)	42
5-3	โครงการที่ 1 โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ	43
5-4	โครงการที่ 2 โครงการชักจูงความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	48
5-5	โครงการที่ 3 โครงการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	55
5-6	โครงการที่ 4 โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System)	66
5-7	โครงการที่ 5 โครงการศูนย์รับเรื่องราวร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center)	74
5-8	โครงการที่ 6 กิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะประจำปี 2562	81
5-9	โครงการที่ 7 ค่าอาสาและพัฒนาสิทธิและสุขภาพครั้งที่ 35	87
5-10	โครงการที่ 8 กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคม ชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	91
5-11	โครงการที่ 9 โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง	97
5-12	โครงการที่ 10 โครงการ คปภ. เพื่อชุมชน	105
5-13	โครงการที่ 11 โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า	109
5-14	โครงการที่ 12 กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค”)	118
5-15	โครงการที่ 13 กิจกรรม “คลินิก สคบ.”	126
6-1	ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2560-2562 ในภาพรวม	132
6-2	ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ภายใต้อายุทธศาสตร์ที่ 1 ฯ	139

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
6-3 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 1)	145
6-4 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2 ในยุทธศาสตร์ที่ 1)	149
6-5 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 3 ในยุทธศาสตร์ที่ 1)	152
6-6 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 4 ในยุทธศาสตร์ที่ 1)	155
6-7 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 5 ในยุทธศาสตร์ที่ 1)	160
6-8 ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ฯ	166
6-9 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 2)	170
6-10 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2 ในยุทธศาสตร์ที่ 2)	177
6-11 ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ฯ	178
6-12 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 3)	184
6-13 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2 ในยุทธศาสตร์ที่ 3)	189
6-14 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 3 ในยุทธศาสตร์ที่ 3)	199
6-15 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 4 ในยุทธศาสตร์ที่ 3)	201
6-16 ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 ฯ	204
6-17 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 4)	207
6-18 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2 (2.1) ในยุทธศาสตร์ที่ 4)	215
6-19 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ (2.2) ในยุทธศาสตร์ที่ 4)	217
6-20 ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5 ฯ	220
6-21 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 5)	222
6-22 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2 ในยุทธศาสตร์ที่ 5)	225
6-23 สรุปการบรรลุผลตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564)	226
6-24 สรุปผลการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564)	233
6-25 ภาพรวมผลการศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560-2562)	247
6-26 ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ จากผลการศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560-2562)	248

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
7-1	สรุปผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ยุทธศาสตร์ที่ 1	252
7-2	สรุปผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 2	255
7-3	สรุปผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 3	257
7-4	สรุปผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 4	260
7-5	สรุปผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 5	261
7-6	สรุปข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ในระยะเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565) รายนกกลยุทธ์	262



## บทที่ 1 บทนำ

### 1. หลักการและเหตุผล

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ โดยเน้นการบูรณาการทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ร่วมกันขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีกลไกการขับเคลื่อนผ่านคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) และคณะทำงานขับเคลื่อนและทบทวนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) รายยุทธศาสตร์ 5 ยุทธศาสตร์ ทั้งนี้ ได้มอบหมายสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนแผนฉบับดังกล่าว จากการดำเนินงานที่ผ่านมา สคบ. มีการขับเคลื่อนการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 13 กระทรวง 31 หน่วยงาน รวมถึงมีการติดตามประเมินผลเป็นระยะ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ และเป้าหมายตามที่กำหนด โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา เป็นช่วงการดำเนินงานครบระยะครึ่งแผน จึงเห็นควรมีการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) โดยพิจารณาจากประเด็นที่สำคัญต่อกลไกการขับเคลื่อนโดยโครงการต่าง ๆ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ซึ่งในการประเมินผลจะวิเคราะห์ ด้วยมิติที่สำคัญ 4 มิติ ได้แก่ มิติบริบทหรือสภาวะแวดล้อม มิติปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน มิติกระบวนการ และมิติผลผลิต ซึ่งการประเมินผลดังกล่าว จะทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงการที่กำหนดไว้ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ตรงตามค่าเป้าหมายที่กำหนดไว้

สำหรับการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) มีการดำเนินการโดยนักวิชาการที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการบริหารยุทธศาสตร์ทำหน้าที่ในการวิเคราะห์และประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) เพื่อความถูกต้องตามหลักวิชาการ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการในการกำหนดกรอบแนวทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค และเพื่อเป็นข้อมูลนำเสนอต่อผู้บริหารต่อไป

### 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)

2.2 เพื่อวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ผ่านมา รวมถึงให้ข้อเสนอต่อแนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวในช่วงเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565)

2.3 เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ทุกมิติ ในการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูล ประกอบการยกร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)



### 3. ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบ

#### ผลผลิต (Output)

ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ประกอบด้วย (1) สภาพปัญหา อุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบของการดำเนินการที่ผ่านมา (2) สภาพการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน และ (3) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สอดคล้องกับข้อมูลทั้งหมดเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)

#### ผลลัพธ์ (Outcome)

ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพปัญหาและสภาพการณ์ รวมทั้งข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน วิธีการขับเคลื่อนแผนให้บรรลุเป้าประสงค์ของแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ผลกระทบ (Impact)

การคุ้มครองผู้บริโภคในทุกมิติของประเทศไทยสามารถลดความเลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชนในสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม

### 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ได้ข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)

4.2 ได้ข้อมูลไปใช้ในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) รวมถึงให้ข้อเสนอต่อแนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวในช่วงเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565)

4.3 ได้ข้อมูลสภาพปัญหา อุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ทุกมิติ ในการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน

4.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูล ประกอบการยกร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)



## บทที่ 2

### แนวคิดและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) ภายใต้โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 นั้น นอกจากพิจารณาข้อมูลการดำเนินงานที่ผ่านมาแล้ว ยังต้องนำแนวคิดรวมถึงแนวทางต่าง ๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อให้การศึกษา วิเคราะห์ และประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) มีความสมบูรณ์ โดยได้ทำการศึกษาโดยทบทวนเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วย

#### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

- ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2561)
- แผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)
- แผนวิสาหกิจ (พ.ศ. 2555 - 2564)
- แผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2562 - 2566)
- รายงานผลการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ระยะ 2 ปีแรก (2560 - 2561)

#### ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- แนวคิดการจัดทำยุทธศาสตร์ตามแนวทางการบริหารผลการปฏิบัติงาน
- แนวคิดการติดตามและประเมินโครงการ
- แนวคิดในการควบคุมและประเมินผลแผนกลยุทธ์
- Balanced Scorecard (BSC)
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ CIPP Model





## 1. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 1.1 ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2561)

#### ตารางที่ 2-1 ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2561)

ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงาน
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค</b>	
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบ การป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการ ให้มีความปลอดภัย	1. มีการดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องโดยบรรลุ ค่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการ เช่น โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : อย.) การกำกับดูแลโฆษณาให้มีละเมิดสิทธิและเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคฯ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน กสทช.) 2. บางโครงการไม่มีการดำเนินการเนื่องจากไม่ได้รับงบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบ การเรียกคืน สินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความเสียหาย ให้กับผู้บริโภค	- มีการพัฒนามาตรฐาน / มาตรการสำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตรายจากสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัยเกิน ค่าเป้าหมายและดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาและปรับปรุง มาตรการ มาตรฐาน และกฎหมาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	- มีการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเกินค่า เป้าหมายและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริม การบริโภคอย่างยั่งยืน	- ไม่มีการดำเนินการ
กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	- มีการดำเนินการเกินค่าเป้าหมาย - ข้อสังเกตคือมีการดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคเพียงหน่วยงานเดียว
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค</b>	
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบรวบรวม และ เชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนและ สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค	- มีการดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องโดยบรรลุ ค่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการ เช่น โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์ รับเรื่องราวจึงทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System) บูรณาการการดำเนินการเรื่องร้องทุกข์และ เชื่อมโยงข้อมูลเรื่องร้องทุกข์ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี) การพัฒนาเครือข่ายศูนย์ร้องเรียนสายด่วน 1596 (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กรมการค้าภายใน) โครงการดำเนินงานศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารสาธารณะ (โทร 1584) (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กรมการขนส่งทางบก)
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลเรื่อง ร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกัน และแก้ไขปัญหของผู้บริโภค	- ไม่มีการดำเนินการ



ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	
กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีการดำเนินการในปี 2560 แต่มีการดำเนินการเพิ่มเติมในปี 2561 โดยบรรลุค่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการ เช่น</li> <li>- การจัดทำคู่มือการพิจารณาเครื่องหมายและฉลากผลิตภัณฑ์ ตาม มอก. บังคับ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</li> <li>- การสร้างนวัตกรรมด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการมาตรฐาน (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</li> <li>- การผลิตสื่อวีดิทัศน์ Info Graphic เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน กสทช.)</li> </ul>
กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องโดยบรรลุค่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการ เช่น <ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงรุก: โครงการสารคดีสั้น 1 นาที กับ กปถ. เสริมสร้างความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กรมประชาสัมพันธ์ และกรมการขนส่งทางบก)</li> <li>- โครงการสร้างความเข้าใจแก่เครือข่ายสื่อสารมวลชน เกี่ยวกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของภาครัฐ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</li> <li>- การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ เรื่อง สิทธิของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน กสทช.)</li> </ul> </li> <li>2. มีการดำเนินการโครงการใหม่เพิ่มเติมในปี 61 ตัวอย่าง เช่น <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</li> <li>- โครงการผลิตสื่อเผยแพร่ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทางสื่อออนไลน์ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</li> </ul> </li> </ol>
กลยุทธ์ที่ 3 การติดตามตรวจสอบและสนับสนุนการทำงานของสื่อ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างโครงการ เช่น <ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงการสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ระดับภูมิภาค (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</li> <li>- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพความร่วมมือเครือข่ายสื่อมวลชน (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</li> </ul> </li> <li>2. บางโครงการไม่มีการดำเนินการเนื่องจากไม่ได้รับงบประมาณ</li> </ol>
กลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีการดำเนินการ</li> </ul>
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	
กลยุทธ์ที่ 1 สร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	<p>มีการดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องโดยบรรลุค่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการ เช่น</p>



ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงาน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า โดยส่งเสริมให้มีอาสาสมัครฯ 1569 เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: กรมการค้าภายใน)</li> <li>- โครงการพัฒนาศักยภาพสมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค กทม. (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</li> <li>- โครงการส่งเสริมความรู้ด้านการประกันภัยเชิงรุกสู่สาธารณชนทั่วประเทศผ่านหน่วยงานเครือข่าย/ การให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของประชาชนด้านการประกันภัย (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน คปภ.)</li> </ul>
กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น - โครงการคลินิก สคบ. (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</li> <li>- โครงการสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ระดับภูมิภาค (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงาน กสทช.)</li> <li>- กิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้นำเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน กสทช.)</li> </ol> <p>2. มีโครงการในปี 61 ที่ไม่มีการดำเนินการเนื่องจากไม่ได้รับงบประมาณ</p> <p>3. มีโครงการใหม่เกิดขึ้นใน ปี 61 แต่เป็นการดำเนินงานของ สคบ.</p>
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค	
กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการดำเนินการโครงการใหม่ๆ ในปี 2561</li> <li>2. ไม่มีการดำเนินการบางโครงการ เนื่องจากไม่ได้รับงบประมาณ</li> </ol>
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน	- ไม่มีการดำเนินการ

จากผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ปี (พ.ศ. 2560-2561) พบว่า ในบางยุทธศาสตร์ยังไม่มี การขับเคลื่อน และรูปแบบในการประเมินผลของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ปี (พ.ศ. 2560-2561) เป็นการติดตามเพียงผลการดำเนินงานรายโครงการ แต่ยังไม่ครอบคลุมในประเด็นที่สำคัญ เช่น การประเมินผลสัมฤทธิ์ของแต่ละยุทธศาสตร์ ทำให้ไม่สามารถประเมินผลความสำเร็จของยุทธศาสตร์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (ฉบับปรับปรุง) พ.ศ. 2563-2565 จึงควรมีการวางระบบในการติดตามประเมินผลให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งมิติประสิทธิภาพ และมิติประสิทธิผล พร้อมการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ เพื่อจะได้มีการประเมินผลและกำหนดนโยบาย/ กลไกในการขับเคลื่อนที่ทำให้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติเกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด



## 1.2 แผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)

ด้วยการพัฒนาประเทศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการจัดหาแหล่งน้ำ และพัฒนาระบบชลประทานมาโดยตลอด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการใช้น้ำของประเทศทั้งด้านอุปโภค บริโภค ด้านการเกษตร อุตสาหกรรม และการรักษาระบบนิเวศ อย่างไรก็ตามเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวน ประชากร การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำเพิ่มมากขึ้นรวมถึงการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ และการเกิดปัญหาภัยธรรมชาติที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น เช่น ปัญหาอุทกภัย ภัยแล้ง ปัญหา การชะล้างพังทลายของดินในพื้นที่ลาดชัน และดินโคลนถล่ม ซึ่งเป็นผลจากการตัดไม้ทำลายป่าและพื้นที่ป่าต้นน้ำ ทลดโทรม ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศในพื้นที่ต้นน้ำ ปัญหาน้ำเน่าเสียที่เกิดจากชุมชน เกษตรกรรม และ อุตสาหกรรม โดยปัญหาดังกล่าวทวีความรุนแรงขึ้น และกระทบต่อประชาชน เศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ

ประเทศไทยได้จัดทำยุทธศาสตร์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 12 ปี (พ.ศ. 2558-2569) เพื่อเป็นกรอบและแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำของประเทศ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อม สภาพสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงรัฐบาลได้จัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561- 2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ในประเด็นการบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ (พ.ศ. 2561-2580) และ แผนปฏิรูปประเทศ 11 ด้าน ในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นเพื่อให้การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำสอดคล้อง และตอบสนองเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ จึงได้จัดทำแผนแม่บท การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) โดยปรับปรุงยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ ทรัพยากรน้ำ 12 ปี ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

แผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ได้กำหนดแนวทางการขับเคลื่อนที่ชัดเจน โดยกลไกในการขับเคลื่อนจำแนกออกเป็น

1) ขับเคลื่อนโดยใช้กลไกการทำงานของคณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติ (กนช.) อนุกรรมการ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

2) ขับเคลื่อนโดยสำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ (สทนช.) และหน่วยงานถ่ายทอดเป้าหมาย และกลยุทธ์แผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ไปสู่การจัดทำแผนแม่บท ลุ่มน้ำ โดยพิจารณาแผนปฏิบัติการตามภารกิจของหน่วยงานภายใต้แผนแม่บทฯ 20 ปี และแผนแม่บทรายพื้นที่ วิกฤติ (Area based)/ โครงการสำคัญ (Project based) จำแนกรายลุ่มน้ำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้กับคณะกรรมการ ลุ่มน้ำใช้พิจารณาในการจัดทำแผนแม่บทลุ่มน้ำ

3) ขับเคลื่อนโดยคณะกรรมการลุ่มน้ำ (เลขานุการลุ่มน้ำ/ หน่วยงาน/ จังหวัด/ ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย) ทำหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลแผนปฏิบัติการตามภารกิจ (แผนปฏิบัติการตามภารกิจของหน่วยงานภายใต้ แผนแม่บทฯ 20 ปี และแผนแม่บทรายพื้นที่วิกฤติ (Area based)/ โครงการสำคัญ (Project based) เชื่อมโยง กับความต้องการในการพัฒนาของพื้นที่จากแผนปฏิบัติการของพื้นที่ (แผนปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด จังหวัด อปท. ท้องถิ่น) สถานการณ์ของพื้นที่ลุ่มน้ำ แผนหลัก การพัฒนาโครงการในลุ่มน้ำ และผลการวิเคราะห์ทางเลือก การบริหารจัดการน้ำของลุ่มน้ำ (การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม เชิงกลยุทธ์: Strategic Environmental Assessment (SEA) เพื่อวิเคราะห์และจัดทำแผนแม่บทลุ่มน้ำ

4) ขับเคลื่อนโดยเลขานุการคณะกรรมการลุ่มน้ำ ซึ่งทำหน้าที่ในการวิเคราะห์และจัดทำ แผนปฏิบัติการ ตามกรอบแผนงาน / โครงการที่จะระบุไว้ในแผนแม่บทลุ่มน้ำ โดยเมื่อคณะกรรมการลุ่มน้ำ พิจารณาให้ความเห็นชอบต่อแผนแม่บทลุ่มน้ำและแผนบูรณาการงบประมาณประจำปีเรียบร้อยแล้วจะได้อ เสนอให้คณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติให้ความเห็นชอบต่อแผนแม่บทลุ่มน้ำและแผนบูรณาการงบประมาณ ประจำปีต่อไป โดยในส่วนแผนบูรณาการงบประมาณ ประจำปีนั้นคณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติจะต้อง



เสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบ (มาตราที่ 17 ข้อ (2) พระราชบัญญัติทรัพยากรน้ำ พ.ศ. 2561) และเมื่อแผนดังกล่าวผ่านความเห็นชอบแล้ว (แผนแม่บทลุ่มน้ำโดยคณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติและแผนบูรณาการงบประมาณประจำปีโดยคณะรัฐมนตรี) การดำเนินการตามแผนแม่บทลุ่มน้ำสู่การปฏิบัติ กระทรวงเจ้าสังกัดจะได้ขอจัดสรรงบประมาณต่อสำนักงบประมาณในการขับเคลื่อนแผนงาน/โครงการตามแผนแม่บทลุ่มน้ำและแผนปฏิบัติการประจำปีต่อไป

ทั้งนี้ ปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จที่น่าสนใจของแผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) คือ

1) การกำหนดแนวทางการจัดลำดับความสำคัญของแผนงาน/โครงการ โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงและความสอดคล้องกับแผนในระดับต่าง ๆ และการให้ความสำคัญกับแผนงาน/โครงการในระดับผลสัมฤทธิ์ถึงระดับผลกระทบ เพื่อให้การแก้ไขปัญหาทรัพยากรน้ำเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องสภาพปัญหาเหมาะสมกับงบประมาณพร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของประชาชน

2) การจัดสรรงบประมาณแบบบูรณาการ เพื่อให้เกิดการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการตามแผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดจำเป็นต้องมีการจัดสรรงบประมาณแบบบูรณาการโดยมีการกำหนดกรอบนโยบายที่ชัดเจน

3) การกำหนดแนวทางและตัวชี้วัดในการติดตามประเมินผลแผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม และมีความต่อเนื่องการติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์ (ผลผลิต/ ผลลัพธ์) กลยุทธ์และแผนงานผ่านตัวชี้วัดด้วยวิธีการ ดังนี้

3.1 การติดตามในรูปแบบของการรายงานผ่านระบบสารสนเทศ เพื่อทราบผลความก้าวหน้าการดำเนินงานเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนด

3.2 การประเมินผลการดำเนินงานและการประเมินดัชนีชี้วัดสากล เพื่อทราบประสิทธิภาพประสิทธิผล ผลกระทบที่เกิดขึ้น ปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดในการดำเนินโครงการ และการขับเคลื่อนแผนแม่บทฯ รวมทั้งข้อเสนอแนะการปรับปรุงแผนแม่บทฯ และกลไกการขับเคลื่อนของหน่วยงาน

3.3 การติดตามโดยบุคคลหรือคณะกรรมการ เพื่อให้มีการกำกับดูแลและหน่วยงานขับเคลื่อนแผนแม่บทฯ มีจุดมุ่งหมายในการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน

ทั้งนี้มีการติดตามประเมินผลทั้งก่อนเริ่มโครงการระหว่างดำเนินการ และหลังการดำเนินงานเป็นการติดตามประเมินผลทั้งระบบตั้งแต่ปัจจัยนำเข้ากระบวนการดำเนินการ ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ ตั้งแต่ระดับชาติ ระดับประเด็นการพัฒนา ระดับหน่วยงาน และระดับพื้นที่ พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล และจัดให้มีการรายงานการติดตามประเมินผลในการบรรลุเป้าหมายต่อสาธารณะ คณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติ และคณะรัฐมนตรีเป็นประจำ รวมทั้งการตรวจสอบโดยองค์กรอิสระต้องเป็นไปเพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนแผนแม่บทฯ



### 1.3 แผนวิสาหกิจ พ.ศ. 2555 – 2564

แผนวิสาหกิจ พ.ศ. 2555 - 2564 เป็นการนำนโยบายรัฐบาลมาดำเนินการพัฒนาจัดทำเป็นแผนเชิงยุทธศาสตร์และเชิงบูรณาการ ซึ่งยึดหลักการประสานงานและการมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดทำแผนของหน่วยงานปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยแผนงาน/โครงการต่างๆ ในแผนปฏิบัติการผูกร้อยเชื่อมโยงเอื้ออำนวยซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดพลังขับเคลื่อนที่มีเอกภาพ และบูรณาการในการแก้ไขปัญหา และส่งเสริมพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการนำไปใช้ในการสนับสนุนการพัฒนาประเทศให้บรรลุเป้าหมายของแต่ละยุทธศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกเหนือจากการมีแผนวิสาหกิจแล้ว กระบวนการแปลงนโยบายและแผนฯ สู่การปฏิบัติจัดเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นและต้องอาศัยกลไกและเครื่องมือในการบริหารจัดการการวางแผน ผลักดัน สนับสนุน ติดตาม ประเมินผล รวมทั้งเสนอแนะแนวทางการแก้ไข เพื่อปรับนโยบายหรือแนวทางการดำเนินงานด้านการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมขององค์กรให้บรรลุตาม เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยกระบวนการแปลงนโยบายและแผนฯ สู่การปฏิบัติของแผนวิสาหกิจได้กำหนดออกเป็น 3 ระยะ

ระยะเริ่มต้นของแผนปีที่ 1 - 2 มุ่งเน้นการประเมินผลงานในอดีตที่ผ่านมาเพื่อทบทวนโครงการและการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

ระยะกลางของแผนปีที่ 3 - 7 มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมให้พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์

ระยะสิ้นสุดของแผนปีที่ 8 - 10 มุ่งเน้นการพัฒนาและการจัดทำแผนวิสาหกิจในฉบับต่อไป

ทั้งนี้ ปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จที่น่าสนใจของแผนวิสาหกิจ พ.ศ. 2555 – 2564 คือ

#### 1) การกำหนดกลไกการขับเคลื่อนแบ่งตามความรับผิดชอบ

- คณะกรรมการบริหารสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดนโยบายในภาพรวม

- คณะอนุกรรมการแผนวิสาหกิจเป็นแกนกลางในการประสานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ขององค์กร

โดยกลไกในการขับเคลื่อนจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ กลไกการขับเคลื่อนแบบแนวตั้ง และกลไกในการขับเคลื่อนแบบแนวนอน เพื่อการบูรณาการการทำงาน

ส่วนที่หนึ่ง กลไกในการขับเคลื่อนในแนวตั้ง (Vertical Integration)

ระดับนโยบาย คณะกรรมการบริหารสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยภายใต้พระราชบัญญัติการจัดตั้งสถาบันฯ มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำนโยบายจัดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายของกรรมการ สนับสนุนแนวทางการแก้ไขปัญหาอุปสรรค การปฏิบัติการตามนโยบายส่งเสริม และสนับสนุนองค์กรดำเนินกิจกรรมตามนโยบายติดตามประเมินสถานการณ์ขององค์กรตามภารกิจงานตามนโยบาย

ระดับปฏิบัติการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยมีฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจที่เป็นนิติบุคคลจัดตั้งภายใต้พระราชบัญญัติสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 จะเป็นผู้จัดทำแผนวิสาหกิจสนับสนุนรวบรวมและจัดทำแผนปฏิบัติการขององค์กรติดตามและรวบรวมผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการขององค์กร ตลอดจนจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลเสนอต่อคณะกรรมการบริหารฯ หรืออนุกรรมการแผนวิสาหกิจ



ส่วนที่สองกลไกในการขับเคลื่อนในแนวนอน (Horizontal Integration) มุ่งเน้นให้ระดับปฏิบัติงานด้านการวิจัยและพัฒนางานบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี งานยุทธศาสตร์ และงานสนับสนุนในทุกระดับ สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีระบบการบริหารองค์การที่ชัดเจนในระดับผู้บริหารที่เป็นเอกภาพเพื่อรับผิดชอบขับเคลื่อนงานขององค์กร

## 2) การกำหนดเครื่องมือในการขับเคลื่อน

2.1 กำหนดให้มีการใช้ระบบการจัดสรรงบประมาณโดยคำนึงถึงการจัดลำดับความสำคัญตามแผนวิสาหกิจการดำเนินงานโครงการสำคัญตามนโยบายรัฐบาล และแผนปฏิบัติการ ที่ผ่านการนำเสนอคณะกรรมการบริหารสถาบันฯ (กวน.) ที่มีผู้ว่าฯ และ/ หรือ อนุกรรมการแผนวิสาหกิจ และ/ หรือสำนักยุทธศาสตร์วิสาหกิจ

2.2 การกำหนดผู้รับผิดชอบหลัก ในการกำหนดแผนงานโครงการดูแลโครงการสำคัญที่ต้องอาศัยการบูรณาการทำงานระหว่างหน่วยงานประสานเพื่อจัดทำโครงการตามแผนปฏิบัติการ และเชื่อมโยงกับแผนปฏิบัติการ

2.3 การกำหนดให้มีคณะทำงานในการทำงานโครงการสำคัญที่ต้องอาศัยการบูรณาการทำงานระหว่างหน่วยงาน

2.4 การกำหนดให้มีโครงสร้างองค์กรในการบริหารจัดการทั้งในแนวดิ่งตามสายการบังคับบัญชาและการในแนวนอนเพื่อการดำเนินงานโครงการสำคัญขององค์กรที่มีการกำหนด KPI รายบุคคลแบบสมดุล และมีการปรับปรุงแผนกำลังคนตามผลของงานแบบ Performance Based Management

2.5 การพัฒนาเครื่องมือใหม่ที่มีความคล่องตัวในการขับเคลื่อนแผนวิสาหกิจ และการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

3) การกำหนดแนวทางการติดตามประเมินผล โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนงาน รวมถึงการสรุปภาพรวมของแผนการให้ข้อคิดเห็น และกำหนดนโยบาย เพื่อให้ข้อเสนอต่อผู้บริหารสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย คณะอนุกรรมการแผนวิสาหกิจ และกรรมการบริหารฯ และนำเสนอรายงานต่อกระทรวงวิทยาศาสตร์สำนักงานงบประมาณ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

นอกจากนี้ ยังมีการใช้ระบบการบูรณาการฐานข้อมูลขององค์กรจากการติดตามและประเมินผลของแผนเพื่อการประเมินผลกระทบเชิงสัดส่วนโดยการจัดทำระบบการวิเคราะห์ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมโดย Macro Model อีกด้วย

## 1.4 แผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2562 - 2566)

แผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ 4 เป็นแผนที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบทิศทางการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของประเทศไทยในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2562 - 2566) สำหรับให้หน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยนำไปใช้ในการส่งเสริมคุ้มครองสิทธิมนุษยชนให้แก่ประชาชนได้เข้าถึงสิทธิที่พึงจะได้รับอย่างทั่วถึง เสมอภาค และเท่าเทียม ตลอดจนเป็นการยกระดับการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนในภาพรวมของประเทศไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานสิทธิมนุษยชนสากล ดังนั้นแผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ 4 จึงให้ความสำคัญกับมิติประเด็นต่าง ๆ ครอบคลุมประเด็นที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตประชาชน อีกทั้งให้ความสำคัญกับมิติของกลุ่มเปราะบางต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่เสี่ยงต่อการถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยจัดทำเป็นแผนรายด้าน 10 ด้าน และแผนรายกลุ่ม 12 กลุ่ม และได้กำหนดเป้าหมายของแผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ 4 ที่ต้องการพัฒนาให้สังคมไทย “เป็นสังคมที่ส่งเสริมสิทธิ



เสรีภาพ และความเท่าเทียม โดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ขับเคลื่อนสิทธิมนุษยชนอย่างบูรณาการทั้ง ภาครัฐ ธุรกิจ และภาคประชาสังคม เพื่อนำไปสู่สังคมที่พัฒนาอย่างยั่งยืน”

แผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ประกอบด้วยแผนปฏิบัติการสิทธิมนุษยชนด้านต่าง ๆ การกำหนด ตัวชี้วัดที่ชัดเจนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินผลสำเร็จของการยกระดับมาตรฐานการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนของประเทศ เพื่อให้สามารถประเมินได้ว่าการปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐเป็นไปตามแผนปฏิบัติการสิทธิมนุษยชน และก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์มากน้อยเพียงใด เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นในเชิงนโยบาย กฎหมาย มาตรการ และแนวปฏิบัติในระยะยาวที่ช่วยส่งเสริมการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนให้เป็นไปอย่างเป็น รูปธรรม โดยตัวชี้วัดที่ใช้ได้อิงตามข้อเสนอแนะการจัดทำตัวชี้วัด (Human Rights Indicators Guideline) ที่จัดทำขึ้นโดยสำนักงานข้าหลวงใหญ่แห่งสหประชาชาติเพื่อสิทธิมนุษยชน The Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights (OHCHR) เพื่อใช้สำหรับการติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินการตามแผน

ทั้งนี้ ปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จที่น่าสนใจของแผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2562 – 2566) คือ

1) การกำหนดประเภทตัวชี้วัดที่ชัดเจน เนื่องจากแผนฯ มีหลายด้านทำให้มีองค์ประกอบ การดำเนินงานที่หลากหลายหากกำหนดประเภทตัวชี้วัดได้ชัดเจน จะทำให้การกำหนดตัวชี้วัดมีประสิทธิภาพ สามารถประเมินผลในแต่ละมิติได้อย่างครอบคลุม ทั้งนี้ตัวชี้วัดที่ใช้สำหรับการประเมินแผน ฯ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท โดยพิจารณาจากปัจจัยของการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศและมาตรฐานสากลที่จำเป็นต้องอาศัยกลไกการขับเคลื่อน โดยกรอบกฎหมาย นโยบาย การลงมือปฏิบัติ และผลลัพธ์ของการดำเนินการของรัฐ

ประเภทที่ 1 ตัวชี้วัดด้านโครงสร้าง (Structural Indicator) ตัวชี้วัดด้านโครงสร้าง คือ ตัวบ่งชี้การจัดทำและการมีนโยบาย กฎหมาย หรือมาตรการระดับ กระทรวง ทบวง กรม หรือ การมีสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานรับผิดชอบที่จำเป็นรองรับ รวมถึงการมีการกำหนดกรอบระยะเวลาและขอบข่าย ของนโยบายที่ชัดเจน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำหน้าที่เสมือนเป็นโครงสร้างในการรองรับการดำเนินการตาม แผนปฏิบัติการ

ประเภทที่ 2 ตัวชี้วัดด้านกระบวนการ (Process Indicator) ตัวชี้วัดด้านกระบวนการ คือตัวบ่งชี้ภาระหน้าที่ของผู้ปฏิบัติและความพยายามที่จะดำเนินการตามโครงสร้างที่ได้จัดทำขึ้นรองรับ อันได้แก่ การวางมาตรการเชิงนโยบาย มาตรการสาธารณะ มาตรการกำกับดูแล มาตรการเยียวยา การจัดช่องทางร้องทุกข์และการบรรเทาทุกข์ การจัดสรร งบประมาณ การจัดสรรทรัพยากร การสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวก การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจำนวนโครงการหรือกิจกรรม ที่สอดคล้อง กับแผนปฏิบัติการสิทธิมนุษยชนในแต่ละด้าน/ กลุ่ม เป็นต้น

ประเภทที่ 3 ตัวชี้วัดด้านผลสัมฤทธิ์ (Outcome Indicator) ตัวชี้วัดด้านผลสัมฤทธิ์ คือ ตัวบ่งชี้ผลสำเร็จของการดำเนินการ การลงมือปฏิบัติตามกระบวนการมาตรการ หรือกิจกรรมที่ได้รับ มอบหมาย ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกต่อการให้ความคุ้มครองสิทธิมนุษยชน โดยการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นอาจอาศัยระยะเวลา และวัดได้โดยการดูจากสถิติตัวชี้วัดเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อบ่งชี้ เชิงปริมาณถึงผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามกระบวนการของรัฐ

ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวชี้วัดด้านกระบวนการและด้านผลสัมฤทธิ์จึงมีความเชื่อมโยงกันและ มิได้เป็นตัวชี้วัดที่แยกออกจากกันเสมอไป โดยตัวชี้วัดด้านกระบวนการอาจพิจารณาในลักษณะของการ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง (Flow Indicator)



## 2) มีแนวทางการขับเคลื่อนแผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน

2.1 ประสานความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการตามแนวทางที่วางไว้อย่างจริงจังและต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการป้องกันและคุ้มครองด้านสิทธิมนุษยชนในแต่ละด้านหรือกลุ่มเป้าหมายผ่านมติคณะรัฐมนตรีที่ให้ความเห็นชอบในการประกาศใช้แผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2562 - 2566) และสั่งการให้ทุกหน่วยงานรับไปดำเนินการ

2.2 ส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานแปลงแผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติสู่การปฏิบัติด้วยการนำนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนหรือกลุ่มเป้าหมายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภารกิจหน่วยงานมากำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติราชการ โดยจัดโครงการ / กิจกรรมสำคัญรองรับการดำเนินการตามแผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ 4 และใช้งบประมาณของหน่วยงานในการดำเนินการ ทั้งนี้หากการดำเนินงานมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงานควรพิจารณาจัดทำแผนงาน โครงการ / กิจกรรมการทำงานเชิงบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาการยกระดับเป็นแผนบูรณาการเพื่อพัฒนางานด้านสิทธิมนุษยชนของประเทศต่อไปในอนาคต

2.3 ผลักดันให้มีกลไกการขับเคลื่อนแผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติของหน่วยงาน โดยการแต่งตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานของหน่วยงาน

2.4 พัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนสิทธิมนุษยชนของหน่วยงานที่สอดคล้องกับประเด็นการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนตามแผนรายด้าน และแผนรายกลุ่มที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของหน่วยงาน และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการทบทวน และปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของแผนรายด้านและแผนรายกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2.5 สร้างความรู้ ความเข้าใจ ให้บุคลากรของหน่วยงานทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติในพื้นที่ให้ได้ตระหนักถึงความสำคัญและเตรียมความพร้อมในการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ

## 3) การกำหนดบทบาทของเครือข่ายในการขับเคลื่อนแผน

เครือข่ายถูกกำหนดเป็นกลไกที่สำคัญต่อความสำเร็จของแผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2562 - 2566) ซึ่งในการขับเคลื่อนแผนนั้นต้องอาศัยความร่วมมือในลักษณะหุ้นส่วน (Partnership) กับองค์กรเครือข่ายทุกภาคส่วนไม่สามารถดำเนินการได้เพียงลำพังเฉพาะกลไกภาครัฐเพียงอย่างเดียวแต่ยังมีหน่วยงานหรือองค์กรอีกจำนวนมากที่มีภารกิจดำเนินงานเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนทั้งภาคเอกชน และภาคประชาชนในระดับชาติ ภูมิภาค หรือท้องถิ่น รวมถึงองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อประสานความร่วมมือกันในการดำเนินงานทั้งการประสานงาน หรือขอรับการสนับสนุนงบประมาณมาดำเนินการ เป็นต้น

### 1.5 รายงานผลการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ระยะ 2 ปีแรก (2560 – 2561)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ติดตามประเมินผลการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมาอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2562 ซึ่งเป็นระยะ 2 ปีแรกของการพัฒนาประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 สำนักงานฯ ได้มีการรายงานผลการประเมินของแผนพัฒนาฯ โดยแผนดังกล่าวมีการเชื่อมโยงเป้าหมาย/ ตัวชี้วัด ระหว่างยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 และแผนงาน/ โครงการของกระทรวง/ หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสาระสำคัญของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ประกอบด้วย 10 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ยุทธศาสตร์การสร้าง



ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ และยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

ในการติดตามประเมินผลแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 มีการวิเคราะห์และประเมินผลทั้งในส่วน ของเป้าหมายการพัฒนา แนวทางการพัฒนา ผลกระทบจากการพัฒนาระยะ 2 ปี และตัวชี้วัดในทุกระดับ พร้อมทั้งข้อมูลผลการดำเนินการตามตัวชี้วัดเปรียบเทียบกับปีปัจจุบัน กับปีที่ผ่านมาอย่างน้อย 3 ปี เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดนโยบายในการปรับปรุงพัฒนาให้แผนพัฒนาฯ มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ รูปแบบในการประเมินของแผนพัฒนาฯ ที่น่าสนใจคือ การประเมินในทุกบริบท ของแผนพัฒนาฯ มีความครอบคลุมทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ และในการประเมินแผนพัฒนาฯ ซึ่งเป็นแผนในระดับมหภาค จะเน้นรูปแบบการประเมินที่เป้าหมายของแผน โดยมีกลไกตัวชี้วัดเป็นปัจจัย ที่สำคัญในการประเมินความสำเร็จ ด้วยความที่เป็นแผนในระดับมหภาค การติดตามประเมินผลจะเน้น กลยุทธ์ในการขับเคลื่อน และใช้ตัวชี้วัดเป็นกลไกหลักในการประเมิน อีกทั้ง การประเมินผลกระทบ ของแผนพัฒนาฯ ในเชิงคุณภาพมีความละเอียดและสามารถนำผลการประเมินมากำหนดเป็นแนวทาง พัฒนาได้อย่างชัดเจน

## 2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวคิดการจัดทำยุทธศาสตร์ตามแนวทางการบริหารผลการปฏิบัติงาน (สำนักงาน ก.พ.ร.,2562)

แนวทางการกำหนดแผนยุทธศาสตร์มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ การพิจารณาถึงทิศทางของหน่วยงาน ได้แก่ วิสัยทัศน์ที่องค์การต้องการบรรลุประเด็นยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์ภายใต้แต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ ในการจัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์จะมีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการจัดทำวิสัยทัศน์ประเด็นยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์ เนื่องจากแผนที่ยุทธศาสตร์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับบุคลากรในองค์การ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในทิศทาง ความเชื่อมโยงและเป็นเหตุเป็นผลของยุทธศาสตร์ที่จะใช้ในการดำเนินงานขององค์การ ดังนั้นการจัดทำแผนที่ ยุทธศาสตร์จะมีความเชื่อมโยงกับการจัดทำวิสัยทัศน์ประเด็นยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์ของหน่วยงาน

#### 1) การยืนยันวิสัยทัศน์

การยืนยันวิสัยทัศน์ (Vision) เป็นการยืนยันทิศทางพัฒนาที่หน่วยงานต้องการจะเป็น ในอนาคตภายในห้วงระยะเวลาที่กำหนด โดยระบุเป็นข้อความที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นเกี่ยวกับทิศทางและจุดยืน ที่ต้องการผลักดันให้เกิดขึ้นเป็นจุดหมายปลายทางร่วมกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในหน่วยงาน

#### 2) การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์

การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ของหน่วยงานจะต้องอาศัยเทคนิคการวิเคราะห์จากวิสัยทัศน์ โดยทำการวิเคราะห์วิสัยทัศน์ของหน่วยงานเป็นประเด็นต่าง ๆ ที่หน่วยงานต้องการบรรลุ ซึ่งบางประเด็นอาจมี ความสัมพันธ์เชื่อมโยงเป็นเหตุเป็นผลกัน การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไม่ควรมีจำนวนมากเกินไป

#### 3) การกำหนดเป้าประสงค์ที่ต้องการบรรลุภายใต้แต่ละประเด็นยุทธศาสตร์

ในการกำหนดเป้าประสงค์ควรเริ่มต้นด้วยการตั้งคำถามในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ ซึ่งคำถาม ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ตามมิติทั้ง 4 ด้านของกรอบการประเมินผลการพัฒนาการปฏิบัติราชการภายหลังจาก การตอบคำถามองค์การจะสามารถนำคำตอบที่ได้มากำหนดเป็นเป้าประสงค์ในแต่ละมิติในที่สุด



#### 4) การกำหนดตัวชี้วัดระดับองค์กรในแต่ละเป้าประสงค์

ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs) หมายถึง เครื่องมือหรือดัชนีที่ใช้ในการวัดความก้าวหน้าของการบรรลุแต่ละเป้าประสงค์ และทุกเป้าประสงค์จะต้องมีตัวชี้วัดเพื่อให้เห็นถึงความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมในขั้นตอนการวัดผลการปฏิบัติงาน (Performance Measurement) เป็นการวัดผลงานตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ส่วนการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Evaluation) เป็นการประเมินผลงานที่องค์กรได้ โดยเทียบเคียงกับเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยตนเอง (Self-Audit)

สำหรับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัดที่ชัดเจนทำให้กลไกการประเมินความสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์เป็นระบบ ทั้งนี้ในการประเมินเพื่อวัดผลการปฏิบัติงานบางส่วนเป็นการประเมินผลงานภายใน (SAR - Self-Assessment Report) โดยใช้ข้อมูลเพื่อการอ้างอิงประกอบการประเมิน และเมื่อมีการประเมินผลการปฏิบัติงานแล้ว จึงจะนำไปสู่ขั้นตอนการวางแผนและการปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อการวางแผนในระยะต่อไป ซึ่งผู้บริหารสามารถกำหนดยุทธศาสตร์และตัวชี้วัดที่เหมาะสมกว่าเดิม หรือสามารถตอบสนองเป้าหมายที่ต้องการได้มากยิ่งขึ้น

#### 2.2 แนวคิดการติดตามและประเมินโครงการ (ชูกีเกียรติ รักษาเหน็จ, 2559)

การติดตาม (Monitoring) หมายถึง การติดตามเพื่อให้ทราบความก้าวหน้าในการดำเนินงานตามโครงการต่าง ๆ ที่ได้รับงบประมาณ และได้บรรลุไว้ในแผนปฏิบัติการ ในกรณีที่พบปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานจะมีการทบทวนเพื่อประเมินแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงให้โครงการต่าง ๆ บรรลุผลสัมฤทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ

การประเมินผล (Evaluation) หมายถึง การรวบรวมผลการติดตามความก้าวหน้าของโครงการตามแผนปฏิบัติการ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงาน และนำข้อมูลผลการวิเคราะห์มาใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงาน

#### หลักการติดตามและประเมินโครงการ

การติดตามและการประเมิน (Monitoring & Evaluation) เป็นคำที่มักจะใช้ควบคู่กันการติดตามการประเมินจะช่วยให้ผู้บริหารงาน / โครงการทราบว่าการทำงานเป็นไปตามแผนหรือไม่มี ความก้าวหน้า มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติจะได้แก้ไขปัญหาล่วงหน้าและป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นต่อไป โดยการสนับสนุนจากผู้บริหารได้ทันทั่วทั้งที่ นอกจากนี้ยังช่วยให้ทราบความเหมาะสมของการดำเนินงานและการบรรลุความสำเร็จของงาน / โครงการนั้น “การติดตาม” และ “การประเมิน” เป็นกระบวนการที่แตกต่างกันมีจุดมุ่งหมายไม่เหมือนกันแต่กระบวนการทั้งสองมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเมื่อนำแนวคิดและหลักการติดตามและประเมินมาประสานใช้ด้วยกันอย่างเหมาะสมจะช่วยให้ทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติสามารถกำกับทบทวนและพัฒนางาน / โครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หัวข้อนี้จะได้ กล่าวถึงวงจรการดำเนินโครงการลำดับขั้นของแผนความหมายของการติดตามและประเมินโครงการ และความสัมพันธ์ระหว่างการติดตามและการประเมิน

#### 1) วงจรการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการใด ๆ ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ส่วน ดังนี้

1.1 การวางแผน (Planning หรือ Project Design) เป็นการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการเพื่อสร้างวิสัยทัศน์อันนำไปสู่การกำหนดรายละเอียด ในแต่ละส่วนของโครงการ ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย แนวทางการดำเนินงาน และผลที่คาดว่าจะได้รับ



1.2 การดำเนินงาน (Implementation) เป็นขั้นตอนของการบริหารงานเพื่อดำเนินกิจกรรมตามที่กำหนดไว้ในส่วนของการวางแผนเป็นการบริหารจัดการทรัพยากรให้ไปสู่เป้าหมายของโครงการ

1.3 การติดตามและประเมินผล (Monitoring and Evaluation) เป็นขั้นตอนที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินโครงการเพราะเป็นการติดตามกำกับกับการดำเนินงานของโครงการ เพื่อปรับปรุงและเพื่อตรวจสอบผลสำเร็จของโครงการว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่จากองค์ประกอบทั้ง 3 ส่วน สามารถเขียนเป็นวงจรการดำเนินโครงการได้ดังนี้

## 2) ลำดับชั้นของแผน แผนงาน และโครงการ

ในการวางแผนและติดตามประเมินโครงการสิ่งแรกที่ควรทำความเข้าใจให้ถ่องแท้ก่อน คือ ลำดับชั้น (Hierarchy) ของแผน แผนงาน และโครงการ ว่ามีการจัดลำดับชั้นและแต่ละชั้นมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไรบ้าง เมื่อพิจารณาในส่วนของภาครัฐบาลเริ่มจากนโยบาย (Policy) ของรัฐบาลถูกนำมาจัดทำเป็นแผนพัฒนาประเทศ (National Plan) หรือที่เรียกว่าแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งจะถูกแบ่งออกเป็นแผนด้าน / สาขาการพัฒนาต่างๆ (Spectral Plan) เช่น ด้านเศรษฐกิจ เกษตรอุตสาหกรรม การศึกษา การสาธารณสุข ฯลฯ จากแผนพัฒนาประเทศจะนำไปใช้เป็นแนวทางสร้างแผนพัฒนากระทรวงต่าง ๆ ภายใต้แผนพัฒนากระทรวงจะแบ่งออกเป็น แผนงาน (Program) ต่าง ๆ ซึ่งอาจมีการจัดเป็นแผนงานหลักและแผนงานรองแต่ละแผนงานประกอบด้วยงานและโครงการ (Project) ซึ่งแต่ละงาน / โครงการยังประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เป็นลำดับชั้นดังนั้นโครงสร้างแผนพัฒนาประเทศ จึงมีลำดับชั้นลดหลั่นกันลงมา โดยมักเริ่มต้นจาก “แผน” , “แผนงาน” , “แผนงานรอง” และ “งาน / โครงการ”

## 3) การจัดทำตัวชี้วัด

### หลักการในการกำหนดตัวชี้วัด

หลักการจัดทำตัวชี้วัดโดยทั่วไป คือ การแปลงสิ่งที่เป็นามธรรมที่สุดให้เป็นรูปธรรมมากที่สุด โดยเริ่มจากการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ โดยวิสัยทัศน์นั้นต้องมีการกำหนดช่วงเวลา เช่น ภายใน 5 ปีข้างหน้า จากนั้น จึงเชื่อมโยงวิสัยทัศน์และพันธกิจดังกล่าวไปสู่ตัวชี้วัด โดยผ่านกระบวนการ ดังนี้

#### 3.1 แปลงวิสัยทัศน์และพันธกิจเป็นแผนยุทธศาสตร์

วิสัยทัศน์และพันธกิจสามารถแปลงให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยปรับให้เป็นยุทธศาสตร์ ในระดับที่ลดหลั่นลงไปยุทธศาสตร์มีทั้งสิ้น 3 ระดับ คือระดับนามธรรม (Corporate Strategy) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ในระดับแผนงานซึ่งจะเป็นเป้าหมายของแผนงานที่องค์กรต้องการ แต่การที่จะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้นั้นต้องใช้ยุทธศาสตร์ระดับที่ 2 คือระดับที่เป็นกึ่งนามธรรมและกึ่งรูปธรรม (Business Strategy) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ระดับโครงการที่องค์กรกำหนดขึ้นเพื่อรองรับแผนงาน และโครงการเหล่านี้จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการระบุว่าจะองค์กรต้องการทำอะไร และยุทธศาสตร์ระดับที่ 3 ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ระดับกิจกรรมเพื่อชี้ให้เห็นว่าองค์กรต้องทำอะไรจึงจะบรรลุเป้าหมายได้ และถือว่าเป็นแผนในระดับยุทธศาสตร์ (Strategic Plan)

3.2 แปลงแผนยุทธศาสตร์เป็นวัตถุประสงค์เชิงจุดมุ่งหมาย (เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์)

เมื่อได้แผนระดับยุทธศาสตร์แล้ว องค์กรต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์เชิงจุดมุ่งหมายว่าแต่ละแผนงานดำเนินการเพื่อให้เกิดประโยชน์กับใคร และอย่างไร การแปลงแผนระดับยุทธศาสตร์ไปสู่แผนระดับกิจกรรมนั้นจำเป็นอย่างยี่งที่จะต้องระบุไว้ในแผนระดับกิจกรรมด้วยว่าอะไรเป็นตัวชี้วัดของผลผลิต (Output Indicator) และอะไรคือตัวชี้วัดของผลลัพธ์จากการนำผลผลิตไปใช้ (Outcome Indicator) ซึ่งต่างจากวัตถุประสงค์เชิงกิจกรรมที่แสดงให้เห็นว่าแต่ละแผนงานดำเนินการเพื่อให้เกิดกิจกรรมอะไร

แนวคิดที่ใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงจุดมุ่งหมายคือ การกำหนดวัตถุประสงค์เป็นลำดับขั้น (Objective Tree) โดยเริ่มจากการกำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ (End) ในระยะไกล ๆ และยังไม่เห็นไม่ชัดจากนั้นจึงกำหนดกลยุทธ์ (Mean) ที่จะทำให้เกิดเป้าหมายนั้น ซึ่ง Mean ในระดับไกล ๆ ก็จะกลายเป็น End ที่ชัดเจนขึ้นแล้วจึงกำหนด Mean สำหรับ End ที่เริ่มชัดเจนขึ้นอีกจนกระทั่งได้ Mean ที่ชัดเจนที่สุดซึ่งบอกองค์กรได้ว่าต้องทำอะไร

### 3.3 แปลงกลยุทธ์เป็นแผนระดับกิจกรรมและตัวชี้วัด

เมื่อองค์กรทราบเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ที่ชัดเจนแล้วจึงนำกลยุทธ์มาแปลงเป็นแผนระดับกิจกรรม (Action plan) และตัวชี้วัด (Key Performance Indicators) เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อน ดังนั้นหลักการในการกำหนดตัวชี้วัด คือ การตอบคำถามจากแผนและกิจกรรมนั้น ๆ ว่าต้องการทำอะไรวัตถุประสงค์ใด และใครคือกลุ่มเป้าหมายหรือได้รับประโยชน์จากการกระทำนั้น

ประโยชน์ในการกำหนดตัวชี้วัดคือ สามารถทำให้เห็นภาพเป้าหมายและการทำงานชัดเจนยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถประเมินผลจากกิจกรรมนั้นได้ทันทีว่าตอบสนองแผนระดับยุทธศาสตร์ได้มากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตามจำเป็นต้องคำนึงถึงความมีอยู่ของข้อมูลด้วยว่าสามารถนำไปใช้ประเมินกิจกรรมตามตัวชี้วัดนั้นได้หรือไม่ และต้องพยายามไม่ให้ตัวชี้วัดนั้นเป็นการวัดที่ปริมาณของกิจกรรม แต่ควรเน้นการวัดที่ผลของกิจกรรมให้มากที่สุด

การกำหนดตัวชี้วัดในรูปแบบการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result Base Management : RBM) จะวัดที่ตัวชี้วัดผลผลิตจากกระบวนการ (Output Indicator) และตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome Indicator) โดย Output indicator เป็นการวัดในเชิงปริมาณจะวัดว่าดำเนินการแล้วเสร็จร้อยละเท่าไรของเป้าหมายส่วน outcome Indicator เป็นการวัดในเชิงคุณภาพจะวัดว่าใครได้ประโยชน์จากโครงการ

Output และ Outcome มีความแตกต่างกันโดย Output คือ สิ่งที่ทำออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งวัดได้เมื่อสิ้นสุดการทำแต่ Outcome คือผลประโยชน์ที่ได้จาก Product ซึ่งต้องทอดระยะเวลาไว้ช่วงหนึ่ง (ประมาณ 6 เดือน) จึงจะวัดได้การกำหนดตัวชี้วัดในระยะเริ่มแรกนั้นเป็นการกำหนดตัวชี้วัดแบบอุดมคติที่ไม่สามารถประเมินผลการทำงานได้จริง และมีการใช้ตัวชี้วัดระดับ Output Indicator มาก ซึ่งมักจะเป็นการลงบันทึกของผู้ปฏิบัติงานว่าได้ทำกิจกรรมนั้นเสร็จเรียบร้อยแล้ว อย่างไรก็ตามตัวชี้วัดระดับ Output Indicator นั้นยังไม่สามารถตอบได้ว่ากิจกรรมนั้นตอบสนองแผนยุทธศาสตร์ได้มากน้อยเพียงใดจึงควรพัฒนาให้เป็น Outcome Indicator มากขึ้น

การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้กำหนดกลไกโดยใช้แผนปฏิบัติการ และกำหนดตัวชี้วัดเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดตามและประเมินผล โดยในการติดตาม (Monitoring) แผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้จะมีกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยนำเข้า (Input) การดำเนินงาน (process) และผลการดำเนินงาน (output) เพื่อเป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback system) โดยการเก็บข้อมูลต่าง ๆ สามารถทำได้โดยการสัมภาษณ์ (interview) สอบถาม (questionnaire) สังเกตการณ์ (observation) และจากเอกสาร (document) ซึ่งมีแหล่งที่มาของข้อมูล 3 ระดับ คือ ระดับโครงการ ระดับท้องถิ่น และระดับชาติ ในส่วนของการประเมิน (Evaluation) จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการติดตาม (ปัจจัยนำเข้า การดำเนินงาน และผลการดำเนิน) เพื่อเป็นสารสนเทศสำหรับการปรับปรุง และพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ในระยะต่อไป



## 2.3 แนวคิดในการควบคุมและประเมินผลแผนกลยุทธ์ (ชัยสิทธิ์ เถลิงมีประเสริฐ, 2546)

มีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่

1) การติดตามผลการดำเนินการ (Track Status) เป็นเครื่องมือสำคัญของผู้บริหารที่จะสร้างความมั่นใจได้ว่า การปฏิบัติงานขององค์กรเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและสามารถสร้างผลงานที่สอดคล้องตามเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่วางเอาไว้ การติดตามผลการดำเนินงานจะช่วยให้ผู้บริหารทราบข้อมูลที่เป็นตัวบ่งชี้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ซึ่งจะเป็ข้อมูลแก่ผู้บริหารในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปการติดตามผลการดำเนินงานนี้หมายความรวมถึงการรวบรวมผลการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลาของกิจกรรม งานโครงการต่าง ๆ สอดคล้องตามตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานในแต่ละระดับที่ได้กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงานประจำปี

2) การรายงานความก้าวหน้า (Communicate Progress) เป็นกระบวนการหลังจากที่ได้มีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ภายใต้กรอบของตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลาแล้ว เป็นหน้าที่ของผู้มีหน้าที่ในการกำกับติดตามผลที่จะต้องจัดทำรายงานสรุปเสนอต่อผู้บริหารให้ได้รับทราบความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานเป็นระยะ รวมทั้งควรส่งข้อมูลย้อนกลับให้แก่ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยให้ผู้รับผิดชอบแต่ละระดับ ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานให้เป็นที่ไปตามแนวทางที่เหมาะสม

3) การวัดผลและประเมินผล (Measurement and Evaluation) จะประกอบด้วยกระบวนการย่อย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูล และการนำเสนอผลการประเมิน การวัดผลและประเมินผลจะเป็นการประเมินผลสำเร็จของการปฏิบัติงานตามแผนในแต่ละรอบเวลาที่กำหนด ซึ่งผลที่ได้จากการประเมินจะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนกลยุทธ์รอบต่อไปขององค์กร

แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้มีการถ่ายระดับยุทธศาสตร์ลงสู่ระดับกลยุทธ์เพื่อกำหนดกลวิธี วิธีการในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ ฯ เพื่อให้แผนสามารถลงสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุดตามเป้าหมาย การติดตามประเมินผลจึงเป็นบริบทสำคัญที่ต้องกำหนดรูปแบบให้ชัดเจน โดยใช้แนวคิดในการควบคุมและประเมินผลแผนกลยุทธ์ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดเครื่องมือในการติดตามผลการดำเนินการ การรายงานความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง และการวัดประเมินผลด้วยข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งในมิติเชิงข้อมูลเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ

## 2.4 Balanced Scorecard (BSC) (พสุ เดชะรินทร์, ม.ป.ป.)

### 1) Balanced Scorecard (BSC)

Balanced Scorecard คือ ระบบหรือกระบวนการในการบริหารงานชนิดหนึ่งที่ว่าด้วยการกำหนดตัวชี้วัด (KPI) เป็นกลไกสำคัญ Kaplan และ Norton ได้ให้นิยามล่าสุดของ Balanced Scorecard ไว้ว่า “เป็นเครื่องมือทางด้านการจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Strategic Implementation) โดยอาศัยการวัดหรือประเมิน (Measurement) ที่จะช่วยทำให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร (Alignment and focused)”

แนวคิดแบบ Balanced Scorecard เกิดจาก Professor Robert Kaplan อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัย Harvard และ Dr. David Norton ที่ปรึกษาทางด้านการจัดการได้ศึกษาและสำรวจถึงสาเหตุของการที่ตลาดหุ้นของอเมริกาประสบปัญหาในปี พ.ศ. 2530 และพบว่าองค์กรส่วนใหญ่ในอเมริกานิยมใช้แต่ตัวชี้วัดด้านการเงินเป็นหลัก ทั้งสองจึงได้เสนอแนวคิดในเรื่องของการประเมินผลองค์กร โดยพิจารณาตัวชี้วัดในสี่มุมมอง (Perspectives) แทนการพิจารณาเฉพาะมุมมองด้านการเงินเพียงอย่างเดียว (แนวคิดแบบ Balanced Scorecard เป็นที่นิยมและใช้กันอย่างแพร่หลายในองค์กรต่าง ๆ ทั่วโลก ทำให้วารสาร Harvard





Business Review ได้ยกย่องให้เป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการจัดการที่มีผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจมากที่สุด เครื่องมือหนึ่งในรอบ 75 ปี ในปี พ.ศ. 2539 ทั้งสองได้ร่วมกันเขียนหนังสือ Balanced Scorecard ขึ้นมา โดยมุ่งเน้นการใช้ Balanced Scorecard เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกลยุทธ์ และทำให้เกิดความสอดคล้อง เป็นหนึ่งเดียวกันทั่วทั้งบริษัท ปัจจุบันหนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือทางธุรกิจที่ขายดีที่สุดใน Amazon.com และมีการแปลเป็นภาษาต่าง ๆ 18 ภาษา และมีการนำไปใช้อย่างแพร่หลายทั้งในองค์กรธุรกิจและหน่วยงานของรัฐ) Balanced Scorecard ประกอบด้วยมุมมอง (Perspectives) 4 ด้าน คือ

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) ในองค์กรด้านธุรกิจการค้าดัชนีแรก ที่ควรคำนึงถึง คือ การจัดการด้านการเงินจะเป็นข้อบ่งชี้ชัดเจนว่าธุรกิจจะดำเนินการต่อไปได้หรือไม่ การวัดผลด้านการเงินควรพิจารณาตามต่อไปนี้

1.1 อัตราเติบโตของรายได้วัดจากการเติบโตของยอดขาย กำไรจากลูกค้า และผลิตภัณฑ์ สัดส่วนรายได้จากลูกค้าใหม่ เป็นต้น

1.2 ลดต้นทุนวัดจากรายได้ / พนักงาน ต้นทุนเมื่อเทียบกับคู่แข่ง อัตราการลดต้นทุน เป็นต้น

1.3 การใช้สินทรัพย์ต้องคำนึงถึงการลงทุน การทำวิจัยและพัฒนา ผลตอบแทนจากการลงทุน

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) ลูกค้าเปรียบเสมือนตัวบ่งชี้ที่สำคัญสำหรับองค์กรที่ประกอบธุรกิจ และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรการวัดผลด้านลูกค้าควรพิจารณาตามต่อไปนี้

2.1 ความพอใจของลูกค้าเป็นดัชนีที่สำคัญที่สุดเพราะหากลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการลูกค้าจะเกิดความจงรักภักดีและกลับมาใช้บริการใหม่ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าเสมอ

2.2 การรักษาลูกค้าเก่า ต้องมีการติดตามความต้องการของลูกค้าและประเมินผลการสั่งซื้อตลอดเวลา

2.3 ลูกค้าใหม่ ต้องพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดให้มีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

2.4 ส่วนแบ่งการตลาด

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) ระบบการทำงานภายในองค์กรเป็นระบบที่มีความสำคัญต่อด้านการเงิน และลูกค้า นั่นคือ หากองค์กรพัฒนาและมีการบริหารการทำงานภายในที่ดีจะส่งผลให้ผลิตสินค้าได้รวดเร็วจัดส่งสินค้าตามเวลา มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า มีบริการหลังการขายส่งผลให้องค์กรมีการเติบโตทางรายได้สูงขึ้น

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) การเรียนรู้และการพัฒนาของพนักงานในองค์กรจะเป็นดัชนีที่ส่งผลต่อกระบวนการทำงานภายในองค์กรหากพนักงานเกิดการเรียนรู้มีการพัฒนาขีดความสามารถของการเรียนรู้จะทำให้กระบวนการทำงานในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลต่อคุณภาพสินค้าและบริการที่ดีต่อลูกค้า

มุมมองทุกด้านจะมีวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรเป็นศูนย์กลางในแต่ละด้านประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ

1. วัตถุประสงค์ (Objective) คือสิ่งที่องค์กรมุ่งหวังหรือต้องการที่จะบรรลุในแต่ละด้าน

2. ตัวชี้วัด (Measures หรือ Key Performance Indicators) คือ ตัวชี้วัดของวัตถุประสงค์ในแต่ละด้าน และตัวชี้วัดเหล่านี้จะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดว่าองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ในแต่ละด้านหรือไม่

3. เป้าหมาย (Target) คือ เป้าหมายหรือตัวเลขที่องค์กรต้องการจะบรรลุในตัวชี้วัดแต่ละประการ



4. แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม (Initiatives) ที่องค์กรจะจัดทำเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้น โดยในขั้นนี้ยังไม่ใช่แผนปฏิบัติการที่จะทำแต่เป็นเพียงแผนงานโครงการ หรือกิจกรรมเบื้องต้นที่ต้องทำเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

นอกจากองค์ประกอบทั้ง 4 แล้ว ในทางปฏิบัติมักจะเพิ่มองค์ประกอบอีก 1 องค์ประกอบ คือ ข้อมูลในปัจจุบัน (Baseline Data) ของตัวชี้วัดแต่ละตัว ซึ่งการหาข้อมูลในปัจจุบันจะเป็นตัวช่วยในการกำหนดเป้าหมายของตัวชี้วัดแต่ละตัวให้มีความชัดเจนมากขึ้น

## 2) Balanced Scorecard เป็นเครื่องมือช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

ปัจจุบันพบว่าจุดอ่อนที่สำคัญของผู้บริหารส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ที่การวางแผน หรือการจัดทำกลยุทธ์แต่อยู่ที่ความสามารถในการนำกลยุทธ์ที่ได้กำหนดขึ้นไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังเช่น นิตยสาร Fortune ซึ่งเป็นวารสารชั้นนำด้านธุรกิจได้ระบุว่าจากการสำรวจผู้บริหารทั่วโลกเกี่ยวกับความล้มเหลวในการนำกลยุทธ์ที่วางไว้ไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบริษัทที่ปรึกษาด้านการจัดการชื่อ Renaissance ร่วมกับนิตยสาร CFO นั้น คือ

1. วิสัยทัศน์ขององค์กรไม่ได้รับการถ่ายทอดสู่สิ่งที่เข้าใจและปฏิบัติได้ร้อยละ 40 ของผู้บริหารระดับกลางและร้อยละ 5 ของผู้บริหารระดับล่างเท่านั้นที่เข้าใจในวิสัยทัศน์ขององค์กร

2. เป้าหมายในการทำงานและผลตอบแทนของผู้บริหารและพนักงานไม่ได้มีส่วนสัมพันธ์กับกลยุทธ์ขององค์กร เพียงร้อยละ 50 ของผู้บริหารระดับสูง ร้อยละ 20 ของผู้บริหารระดับกลาง และน้อยกว่าร้อยละ 10 ของพนักงานทั่วไปของบริษัทที่สำรวจมีเป้าหมายในการทำงานและผลตอบแทนมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ขององค์กร

3. การจัดสรรทรัพยากรหรือการจัดทำงบประมาณขององค์กรมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์เพียงร้อยละ 43 ของบริษัทที่สำรวจ

Balanced Scorecard จะช่วยให้มีการนำกลยุทธ์ขององค์กรไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม เนื่องจากการจัดทำ Balanced Scorecard ต้องเริ่มต้นด้วยกระบวนการด้านกลยุทธ์ก่อน คือ การวิเคราะห์ด้านกลยุทธ์ และการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อให้ได้กลยุทธ์หลักขององค์กร (Strategic Themes) การจัดทำแผนที่ทางกลยุทธ์ (Strategy Map) ซึ่งจะเป็นแผนที่ที่แสดงความสัมพันธ์ในเชิงเหตุและผลของวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ภายใต้มุมมองของ Balanced Scorecard ทั้ง 4 ด้าน (มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา) โดยวัตถุประสงค์เหล่านี้ต้องสอดคล้องและสนับสนุนต่อวิสัยทัศน์และกลยุทธ์หลักขององค์กร จากนั้นจึงกำหนดตัวชี้วัด เป้าหมาย และแผนงานโครงการ กิจกรรม ของวัตถุประสงค์แต่ละประการจึงจะถือว่าเสร็จสิ้นกระบวนการในการพัฒนา Balanced Scorecard ในระดับองค์กร (Corporate Scorecard)

## 3) กระบวนการในการพัฒนาและจัดทำ Balanced Scorecard

กระบวนการจัดทำ Balanced Scorecard ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ ได้แก่ การทำ SWOT Analysis เพื่อให้ได้ทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรที่ชัดเจน

2. กำหนดวิสัยทัศน์ และ กลยุทธ์ขององค์กร โดยกำหนดเป็นกลยุทธ์หลัก (Strategic Themes) ที่สำคัญขององค์กร

3. วิเคราะห์และกำหนดว่า Balanced Scorecard ขององค์กรควรมีทั้งหมดกี่มุมมอง และแต่ละมุมมองควรมีความสัมพันธ์กันอย่างไร (แนวคิดของ Kaplan and Norton กำหนดไว้ 4 มุมมอง



ตามลำดับความสำคัญ คือ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา)

4. จัดทำแผนที่ทางกลยุทธ์ (Strategy Map) ระดับองค์กรโดยกำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้แต่ละมุมมอง โดยพิจารณาว่าในการที่องค์กรจะสามารถดำเนินงานและบรรลุวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ขององค์กรได้นั้นต้องบรรลุวัตถุประสงค์ด้านใดบ้าง

5. กลุ่มผู้บริหารระดับสูงต้องมีการประชุมร่วมกันเพื่อยืนยันและเห็นชอบในแผนที่ทางกลยุทธ์ที่สร้างขึ้น

6. ภายใต้วัตถุประสงค์แต่ละประการ ต้องกำหนดรายละเอียดของวัตถุประสงค์ในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านของตัวชี้วัด ฐานข้อมูลในปัจจุบัน เป้าหมายที่ต้องบรรลุรวมทั้งแผนงาน กิจกรรม หรือโครงการ (Initiatives) ที่ต้องทำ ซึ่งภายในขั้นตอนนี้สามารถแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

6.1 การจัดทำตัวชี้วัด

6.2 การกำหนดเป้าหมาย โดยอาศัยข้อมูลในปัจจุบัน

6.3 การจัดทำแผนงาน โครงการ และกิจกรรมที่จะต้องทำเพื่อช่วยให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้น

7. เมื่อจัดทำแผนงานหรือโครงการเสร็จแล้ว สามารถจะแปลงตัวชี้วัดและเป้าหมายระดับองค์กรให้เป็นของผู้บริหารรองลงไปเพื่อให้ผู้บริหารระดับรอง ๆ ลงไปได้จัดทำแผนปฏิบัติการตามแผนงานหรือโครงการหลักและกำหนดตัวชี้วัดให้กับผู้บริหารในระดับรอง ๆ ลงไป

#### 4) Balanced Scorecard เป็นหลักการที่มีความยืดหยุ่น

แม้ว่าแนวทางของ Kaplan and Norton จะมีความเป็นลำดับที่ชัดเจน แต่ Balanced Scorecard ก็ยังเป็นแนวคิดที่ยืดหยุ่น เช่น มุมมองภายใต้ Balanced Scorecard ไม่จำเป็นต้องมี 4 มุมมองตามแนวคิดดั้งเดิม (แนวคิดของ Kaplan and Norton กำหนดไว้ 4 มุมมองตามลำดับความสำคัญ คือ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา) การที่จะมีมุมมองขึ้นอยู่กับปรัชญาและพื้นฐานที่สำคัญของงานมากกว่า หน่วยงานบางแห่งอาจจะมีมุมมองด้านอื่นเพิ่มขึ้นได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของหน่วยงานนั้น ๆ นอกจากนั้นการจัดเรียงลำดับของมุมมองต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องเริ่มจากการเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้ในหน่วยงานก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปรัชญาและพื้นฐานขององค์กรนั้น เช่น หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจวัตถุประสงค์ด้านการเงินอาจไม่ใช่สิ่งสำคัญที่สุดที่องค์กรต้องการจะบรรลุ แต่อาจจะเป็นในด้านลูกค้าแทนก็ได้ และมุมมองด้านการเงินอาจจะอยู่ล่างสุดในฐานะที่เป็นมุมมองที่สนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้และกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรก็ได้ เป็นต้น

#### 5) ประโยชน์ที่ได้จากการนำ Balanced Scorecard ไปใช้

1. ช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น

2. ทำให้ทั้งองค์กรมุ่งเน้น และให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ขององค์กร โดยต้องให้เจ้าหน้าที่ทั่วทั้งองค์กรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ขององค์กรมากขึ้น และเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

3. ช่วยในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และวัฒนธรรมขององค์กรโดยอาศัยการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายเป็นเครื่องมือในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่

4. ทำให้พนักงานเกิดการรับรู้และเข้าใจว่างานแต่ละอย่างมีที่มาที่ไปอีกทั้งผลของงานตนเองจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้อื่นและขององค์กรอย่างไร



## 6) ข้อควรระวังและข้อคิดในการจัดทำ Balanced Scorecard

1. ผู้บริหารระดับสูงต้องให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่
2. ทุกคนภายในองค์กรต้องมีส่วนร่วมรับรู้และให้การสนับสนุนในการนำระบบการประเมินไปใช้ เนื่องจากการนำ Balanced Scorecard ไปใช้ต้องเกี่ยวข้องกับทุกคนในองค์กร
3. การเริ่มนำระบบ Balanced Scorecard มาใช้ภายในองค์กรต้องระวังว่าเมื่อทำแล้ว ควรจะรีบทำให้เห็นผลในระดับหนึ่งโดยเร็ว เพราะจะส่งผลต่อขวัญและกำลังใจของพนักงาน
4. ต้องระวังอย่าให้ระบบ Balanced Scorecard กลายเป็นเครื่องมือในการจับผิดเจ้าหน้าที่ จะเป็นการใช้ Balanced Scorecard อย่างผิดวัตถุประสงค์
5. ต้องระวังไม่ให้เกิดการจัดทำระบบ Balanced Scorecard เป็นเพียงแค่โครงการที่มีกำหนดระยะเวลา ทั้งนี้เพราะ Balanced Scorecard เป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาไม่มีการสิ้นสุดต้องมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลาเพื่อให้มีความเหมาะสมต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป
6. ต้องระวังไม่ให้เกิดการจัดทำตัวชี้วัดและเป้าหมายมีความง่ายหรือยากเกินไป
7. ในการนำเครื่องมือหรือสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ภายในองค์กร อาจจะต้องพบการต่อต้านจากผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่บางกลุ่ม
8. การนำระบบ Balanced Scorecard ไปผูกกับระบบการจ่ายค่าตอบแทนขององค์กร ไม่ควรเร่งรีบทำตั้งแต่การเพิ่งพัฒนา Balanced Scorecard ได้ใหม่ ๆ ควรต้องรอให้ระบบทั้งหมดนิ่งก่อน
9. บางครั้งผู้บริหารชอบที่จะกำหนดค่าน้ำหนักความสำคัญในการกำหนดวัตถุประสงค์หรือตัวชี้วัด เพื่อเป็นการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละตัว แต่ต้องระลึกไว้เสมอว่าค่าน้ำหนักความสำคัญนี้เป็นเพียงแค่เครื่องมือที่ช่วยในการสื่อสารให้ทุกคนเห็นความสำคัญของปัจจัยแต่ละตัวเท่านั้น ถ้าองค์กรเสียเวลากับค่าน้ำหนักเหล่านี้มากเกินไปอาจจะทำให้เกิดการผิดพลาดจากวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้
10. ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำ Balanced Scorecard ทุกคนต้องระลึกว่าสิ่งที่กำลังทำเป็นเพียงสมมติฐานเท่านั้น ทุกสิ่งสามารถเปลี่ยนแปลงและแก้ไขได้ตลอดเวลา
11. หากจะจัดทำและนำ Balanced Scorecard ไปใช้ในองค์กรต้องเตรียมการอะไรบ้าง

สำหรับการประเมินผลแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) จะใช้ Balance Scorecard เป็นเครื่องมือหนึ่งในการวิเคราะห์เพื่อให้การประเมินแผนยุทธศาสตร์มีความครอบคลุมในทุกมิติ ได้แก่ มิติด้านการเงิน (Financial Perspective) มิติด้านลูกค้า (Customer Perspective) มิติด้านกระบวนการทำงานในองค์กร (Internal Business Process) และมิติด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth) ซึ่งแต่ละมิติจะโยงเชื่อมกันเป็นระบบทำให้การปรับปรุงพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ในระยะต่อไปมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

### 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นและการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง จึงจะสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2530 กล่าวไว้ว่า “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอันหมายความว่า “ควร” เช่น พึงใจ หมายความว่า พอใจ ชอบใจ และคำว่า “พอ” หมายความว่า เท่าที่ต้องการ เต็มความต้องการ เมื่อนำคำสองคำมาผสมกัน “พึงพอใจ” จะหมายถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ Wolman (1973



อ้างใน ภาวนิตา ชัยปัญญา 2541 : 11) กล่าวถึง ความพึงพอใจ ว่า เป็นความรู้สึกที่ได้รับความสำเร็จตามมุ่งหวัง และความต้องการมีผู้กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคน ๆ หนึ่ง สิ่งที่เขาเคยไป ระหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย สอดคล้องกับความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

นภารัตน์ เสือจงพรุ (2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุข ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

กาญจนา อรุณสุขจุฑา (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคลจึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น สิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

สรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้นตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

เครื่องมือหนึ่งในการประเมินผลแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) คือ การสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ/ กิจกรรมสำคัญ โดยการคัดเลือกโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ 13 โครงการ ที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือก พร้อมทั้งวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค และผลกระทบ (Impact) ทุกมิติในการดำเนินงานที่ผ่านมา

## 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ CIPP Model (สุนีรัตน์ จันทรรัก, 2554)

ในการดำเนินโครงการ ขั้นตอนสำคัญหนึ่งของการดำเนินโครงการ คือ การประเมิน (Evaluation) เพื่อตรวจสอบว่าโครงการนั้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ สำหรับวิธีการประเมินมีด้วยกันหลายรูปแบบ โดยรูปแบบที่เป็นที่นิยมรูปแบบหนึ่งก็คือ “CIPP Model” ซึ่งพัฒนาโดยแดเนียล สต๊ฟเฟิลบีม (Daniel Stufflebeam)

1) การประเมินด้านบริบทหรือสถานะแวดล้อม (Context Evaluation : C) เป็นการประเมินให้ได้ข้อมูลสำคัญ เพื่อช่วยในการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ ความเป็นไปได้ของโครงการเป็นการตรวจสอบว่าโครงการที่จะทำสนองปัญหาหรือความต้องการจำเป็นที่แท้จริงหรือไม่ วัตถุประสงค์ของโครงการชัดเจน เหมาะสม สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร หรือนโยบายหน่วยเหนือหรือไม่เป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ในแง่ของโอกาสที่จะได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ หรือไม่ เป็นต้น



การประเมินสถานะแวดล้อมจะช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่อง โครงการควรจะดำเนินการ ในสภาพแวดล้อมใด ต้องการจะบรรลุเป้าหมายอะไร หรือต้องการบรรลุวัตถุประสงค์เฉพาะอะไร เป็นต้น

**2) การประเมินปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน (Input Evaluation : I)** เป็นการประเมิน เพื่อพิจารณาถึง ความเป็นไปได้ของโครงการ ความเหมาะสม และความพอเพียงของทรัพยากรที่จะใช้ในการ ดำเนินโครงการ เช่น งบประมาณ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ เวลา รวมทั้งเทคโนโลยีและแผนการดำเนินงาน เป็นต้น การประเมินผลแบบนี้จะทำโดยใช้เอกสารหรืองานวิจัยที่มีผู้ทำไว้แล้ว หรือใช้วิธีการวิจัยนำร่องเชิงทดลอง (Pilot Experimental Project) ตลอดจนอาจให้ผู้เชี่ยวชาญมาทำงานให้ อย่างไรก็ตามการประเมินผลนี้ จะต้องสำรวจสิ่งที่มีอยู่เดิมก่อนว่ามีอะไรบ้าง และตัดสินใจว่าจะใช้วิธีการใด ใช้แผนการดำเนินงานแบบไหน และต้องใช้ทรัพยากรจากภายนอก หรือไม่

**3) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation : P)** เป็นการประเมินระหว่างการทำงาน โครงการ เพื่อหาข้อบกพร่องของการดำเนินโครงการ ที่จะใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา แก้ไข ปรับปรุง ให้การดำเนินการช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นการตรวจสอบกิจกรรม เวลา ทรัพยากรที่ใช้ ในโครงการ ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการ โดยมีการบันทึกไว้เป็นหลักฐานทุกขั้นตอน การประเมินกระบวนการนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการค้นหาจุดเด่น หรือจุดแข็ง (Strengths) และจุดด้อย (Weakness) ของนโยบาย/ แผนงาน/ โครงการ มักจะไม่สามารถศึกษาได้ภายหลังจากสิ้นสุดโครงการแล้ว การประเมินกระบวนการจะมีบทบาทสำคัญในเรื่องการให้ข้อมูลย้อนกลับเป็นระยะ ๆ เพื่อการตรวจสอบ การดำเนินโครงการโดยทั่วไป การประเมินกระบวนการมีจุดมุ่งหมาย คือ

3.1 เพื่อการหาข้อบกพร่องของโครงการ ในระหว่างที่มีการปฏิบัติการ หรือการดำเนินงาน ตามแผนนั้น

3.2 เพื่อหาข้อมูลต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงาน ของโครงการ

3.3 เพื่อการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการดำเนินงานของโครงการ

**4) การประเมินผลผลิต (Product Evaluation : P)** เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิต ที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์ของโครงการ หรือความต้องการ/ เป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งการพิจารณา ในประเด็นของการยุบ เลิก ขยาย หรือปรับเปลี่ยนโครงการและการประเมินผล เรื่องผลกระทบ (Impact) และ ผลลัพธ์ (Outcomes) ของนโยบาย/ แผนงาน/ โครงการ โดยอาศัยข้อมูลจากการประเมินสถานะแวดล้อม ปัจจัยเบื้องต้นและกระบวนการร่วมด้วย จะเห็นได้ว่า การประเมินแบบ CIPP เป็นการประเมินที่ครอบคลุม องค์ประกอบของระบบทั้งหมด ซึ่งผู้ประเมินจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมินที่ครอบคลุม ทั้ง 4 ด้าน กำหนดประเด็นของตัวแปรหรือตัวชี้วัด กำหนดแหล่งข้อมูลผู้ให้ข้อมูล กำหนดเครื่องมือการประเมิน วิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล และเกณฑ์การประเมินที่ชัดเจน

เมื่อพิจารณาถึงช่วงเวลาของการประเมินผลโครงการ เพื่อจำแนกประเภทของการประเมินผล โครงการโดยละเอียดแล้ว เราสามารถจำแนกได้ว่าการประเมินผลโครงการมี 4 ระยะดังต่อไปนี้

1) การประเมินผลโครงการก่อนการดำเนินงาน (Pre-evaluation) เป็นการประเมินว่ามีความจำเป็น และความเป็นไปได้ในการกำหนดให้มีโครงการหรือแผนงานนั้น ๆ หรือไม่ บางครั้งเรียกการประเมินผลประเภทนี้ ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) หรือการประเมินความต้องการที่จำเป็น (Need Assessment)

2) การประเมินผลโครงการขณะดำเนินงาน (On-going Evaluation) เป็นการประเมินผล โครงการเพื่อติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินงาน (Monitoring) และ การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ

3) การประเมินผลโครงการเมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน (Post-evaluation) เป็นการประเมิน ว่าผลของการดำเนินงานนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่วางไว้หรือไม่



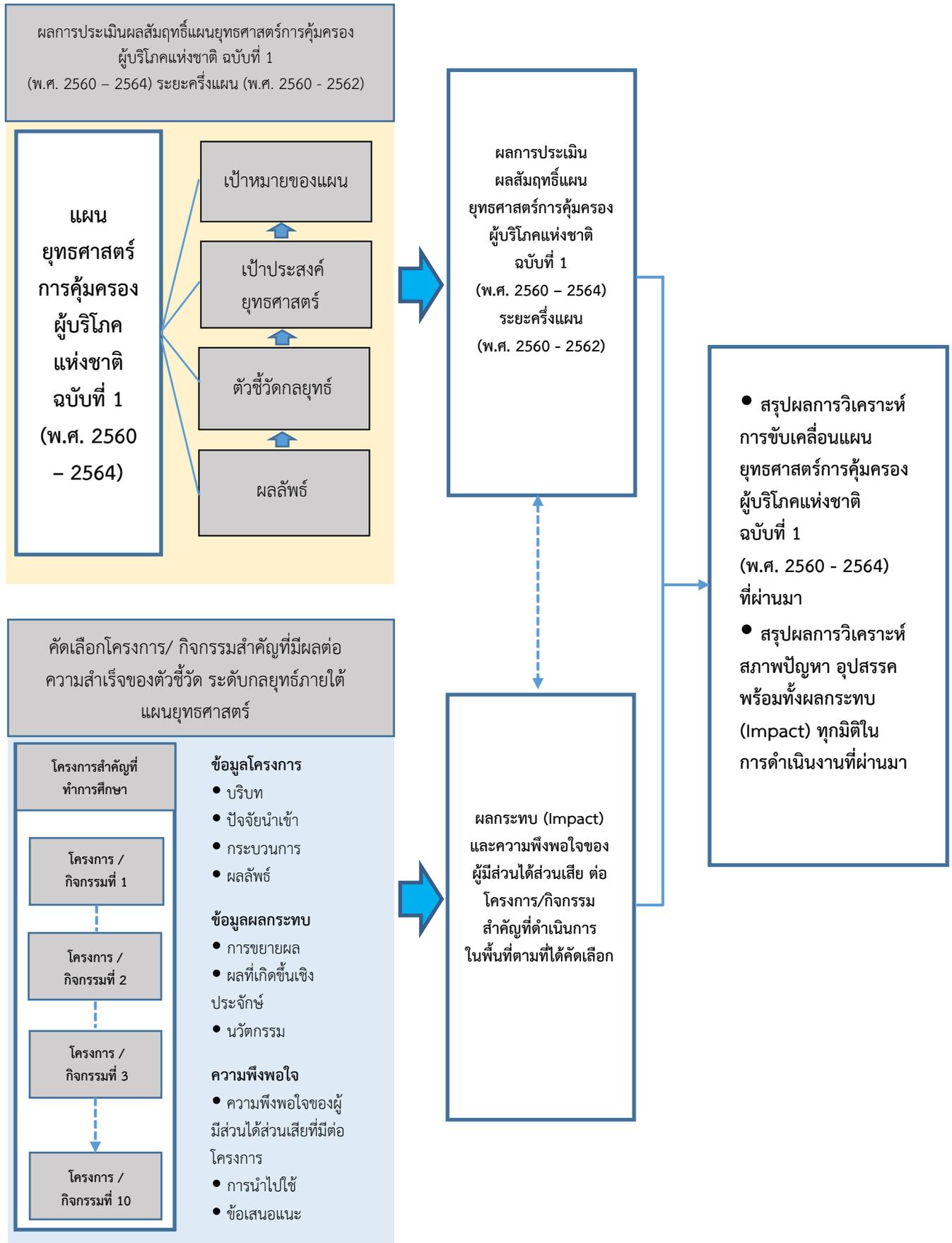
4) การประเมินผลกระทบจากการดำเนินโครงการ (Impact Evaluation) เป็นการประเมินผลโครงการภายหลังจากการสิ้นสุดการดำเนินโครงการหรือแผนงาน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจจะได้รับอิทธิพลจากการมีโครงการหรือปัจจัยอื่น ๆ

แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) มีกลไกการขับเคลื่อนโดยโครงการต่าง ๆ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ซึ่งในการประเมินผลจะใช้ CIPP Model เป็นเครื่องมือหนึ่งในการวิเคราะห์ โดยประกอบไปด้วย 4 มิติ ได้แก่ มิติบริบทหรือสภาวะแวดล้อม มิติปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน มิติกระบวนการ และมิติผลผลิต ซึ่งการประเมินผลโดย CIPP Model นั้นจะทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงการที่กำหนดไว้ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ตรงตามค่าเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่





### 3. กรอบแนวคิด





## บทที่ 3 ขั้นตอนและวิธีการศึกษา

กิจกรรมประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) ภายใต้โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ประกอบด้วยขั้นตอนและวิธีการศึกษาที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

### 1. ขั้นตอนการศึกษา

สำหรับขั้นตอนการศึกษาเพื่อการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญดังต่อไปนี้

1.1 จัดทำแผนการดำเนินงาน ขั้นตอน และวิธีการศึกษา รวมถึงกรอบแนวคิด ในการดำเนินงาน การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)

1.2 พิจารณาคัดเลือกโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ภายใต้ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ไม่น้อยกว่า 10 โครงการ จากหน่วยงานที่หลากหลาย

1.3 รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ/ กิจกรรมสำคัญ โดยการสัมภาษณ์ และการขอข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานเจ้าของโครงการ/ กิจกรรม ซึ่งจะดำเนินการโดยวิธีการใดก็ได้ แต่ต้องมี หลักฐานในการสัมภาษณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 หน่วยงาน

1.4 ลงพื้นที่เพื่อสำรวจผลกระทบ (Impact) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือกไว้จากการพิจารณาคัดเลือกโครงการ/ กิจกรรมสำคัญ โดยการลงพื้นที่ที่สามารถปรับ วิธีการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้

1.5 วิเคราะห์และประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) โดยใช้ข้อมูลที่ได้รวบรวมและจัดเก็บข้อมูล ทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ / กิจกรรมสำคัญจากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจผลกระทบ (Impact) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาประกอบ พร้อมทั้งจัดทำสรุปและนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ด้วยวิธีการที่เหมาะสม

1.6 จัดรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับวิพากษ์การประเมิน ผลสัมฤทธิ์แผน ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) โดยสามารถใช้วิธีการต่างๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น focus group, Video conference เป็นต้น ให้ครอบคลุม พื้นที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด (จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า 25 คน) พร้อมทั้งสรุปผลการรับฟังความคิดเห็นและนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครอง ผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)

1.7 สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ผ่านมา รวมถึงให้ข้อเสนอแนะทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวในช่วงเวลา ที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565)



1.8 สรุปผลการวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ทุกมิติ ในการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน และ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการยกร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)

1.9 จัดทำรายงานสรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) เป็นรูปเล่ม จำนวน 5 เล่ม พร้อมบันทึกไฟล์ข้อมูลทั้งหมดลงในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับเก็บข้อมูล จำนวน 2 ชุด

## 2. วิธีการศึกษา

### 2.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ที่ปรึกษาทำการเก็บข้อมูลทั้งจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่เป็นเอกสาร และ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิด้วยการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

#### 1) การเก็บข้อมูลการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)

ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Sources) การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2560 - 2561) และผลการดำเนินงานโครงการกิจกรรมต่าง ๆ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ซึ่งประกอบด้วยประเด็นที่สำคัญ คือ

1. โครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. พิจารณาผลการดำเนินงานในแต่ละโครงการ ซึ่งประกอบไปด้วยประเด็นที่สำคัญ คือ

- ข้อมูลทั่วไป

- กระบวนการ / กิจกรรมต่าง ๆ ภายในโครงการ

- ผลลัพธ์ของโครงการ

3. วิเคราะห์ผลการดำเนินงานในแต่ละโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)

#### 2) การเก็บข้อมูลผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ / กิจกรรมสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ไม่น้อยกว่า 10 โครงการ

สำหรับการศึกษาในประเด็นดังกล่าวที่ปรึกษาจะทำการศึกษาในประเด็นที่สำคัญ คือ ผลกระทบ (Impact) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการ โดยมีขั้นตอนที่สำคัญในการสำรวจข้อมูลดังต่อไปนี้

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Sources) โดยการใช้ข้อมูลเพื่อศึกษาแนวคิด ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลสถิติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูล การสร้างแบบสัมภาษณ์ และใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

2. การสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) ผ่านแบบสัมภาษณ์ที่ประกอบด้วยโครงสร้างข้อคำถามต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มมาจากการกำหนดตัวอย่างตามการคัดเลือกโครงการที่ทำการศึกษา โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) ผู้ให้ข้อมูลในส่วนของผู้รับผิดชอบโครงการ และ (2) ผู้ให้ข้อมูลในส่วนของผู้เข้าร่วมโครงการ โดยใช้วิธีการ



เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เพื่อกำหนดจำนวนของผู้ให้ข้อมูลในสัดส่วนที่เหมาะสม และใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อความเหมาะสมต่อการให้ข้อมูล

## 2.2 ขอบเขตการศึกษา

ที่ปรึกษาได้กำหนดขอบเขตที่สำคัญในการศึกษาดังนี้

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาผลกระทบ (Impact) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อโครงการ / กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ประเด็นการศึกษาผลกระทบ (Impact) จากโครงการ/ กิจกรรมสำคัญ ที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือก ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบ (Impact)

- การขยายผล
- ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์
- นวัตกรรม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมอื่น ๆ

2) ประเด็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือก ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและความต้องการของผู้เข้าร่วมโครงการ

ส่วนที่ 3 การนำไปใช้ประโยชน์

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมอื่น ๆ

### ขอบเขตด้านประชากร

ศึกษาจากกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องกับโครงการ / กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือก โดยจำแนกเป็น

1) กลุ่มผู้รับผิดชอบโครงการ

2) กลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการ

### ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษากิจกรรมประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) ภายใต้โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ใช้ระยะเวลาในการศึกษาทั้งสิ้น 150 วัน

## 2.3 กลุ่มตัวอย่าง และการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการกำหนดจำนวนในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง ที่ปรึกษาได้ดำเนินการพิจารณาและทบทวนร่วมกับคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในโครงการจ้างที่ปรึกษาฯ เพื่อความเหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังต่อไปนี้





ตารางที่ 3-1 กลุ่มตัวอย่าง และการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการที่ได้รับการคัดเลือกเพื่อทำการศึกษา	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	จำนวนผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มผู้รับผิดชอบโครงการ	จำนวนผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ 1 พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย	1. โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	3	7
	กลยุทธ์ 3 พัฒนานโยบาย และปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	2. โครงการซักซ้อมความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562	สคบ. (กองกฎหมายและคดี)	3	7
	กลยุทธ์ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	3. โครงการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	กรมควบคุมมลพิษ	3	7
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ 1 พัฒนาระบบรวบรวมและเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค	4. โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated complaint management system)	สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	3	7
	กลยุทธ์ 2 พัฒนาระบบข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค	5. โครงการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center)	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	3	7
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคณะความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทาง และวิธีการที่หลากหลาย	6. กิจกรรมให้ความรู้เรื่อง สิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะ ประจำปี 2562	สำนักงาน กสทช.	3	7
		7. ค่ายอาสาและพัฒนาสิทธิและสุขภาพ ครั้งที่ 35	สป.กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	3	7
		8. กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคมชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม	3	7
		9. โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง	กรมประชาสัมพันธ์	3	7
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ 1 การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	10. โครงการ คปภ. เพื่อชุมชน ปี 2562	สำนักงาน คปภ.	3	7
		11. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า	กรมการค้าภายใน	3	7
	กลยุทธ์ 2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	12. กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค”)	สคบ. (กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์)	3	7



ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการที่ได้รับการคัดเลือกเพื่อทำการศึกษา	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	จำนวนผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มผู้รับผิดชอบโครงการ	จำนวนผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการ
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ 1 การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	13. กิจกรรม “คลินิก สคบ.”	สคบ. (กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์)	3	7
<b>รวม</b>				<b>39</b>	<b>91</b>

หมายเหตุ (1) สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละโครงการ ที่ปรึกษาจะทำการเก็บข้อมูลจากผู้รับผิดชอบโครงการ (ถ้ามี) เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อโครงการ

(2) การประเมินผลดำเนินการโดยการเก็บข้อมูลผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ / กิจกรรมสำคัญ ผ่านแบบสัมภาษณ์ที่ประกอบด้วยโครงสร้างข้อคำถามที่กำหนดขึ้นมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มได้มาจากการกำหนดตัวอย่างตามโครงการที่ทำการคัดเลือกสำหรับการศึกษา โดยจะทำการสัมภาษณ์จำนวน 10 คน ต่อ 1 โครงการ แบ่งเป็น (1) ผู้ให้ข้อมูลในส่วนของผู้รับผิดชอบโครงการ และ (2) ผู้ให้ข้อมูลในส่วนของผู้เข้าร่วมโครงการ เพื่อความครอบคลุมในเชิงเนื้อหา โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการพิจารณาถึงประสบการณ์ในการเข้าร่วมโครงการ ความเป็นเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการกับหน่วยงาน เพื่อความเหมาะสมต่อการให้ข้อมูล

## 2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ ที่ปรึกษาได้ใช้การค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผลกระทบและความพึงพอใจ รวมถึงแนวทางการสร้างแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ รวมทั้งการสอบถามจากผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการจัดทำเครื่องมือให้เกิดความสมบูรณ์มากขึ้น สำหรับในแบบสัมภาษณ์จะประกอบด้วยข้อคำถาม ซึ่งมีทั้งเป็นข้อคำถามชนิดปลายเปิดและชนิดตัวเลือก ทั้งนี้จะมีการปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือให้เหมาะสมก่อนนำไปใช้การสำรวจจริง โดยมีขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจผลกระทบและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 2) ศึกษาตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้อง
- 3) สร้างแบบสัมภาษณ์ฉบับร่างโดยพิจารณาร่วมกันระหว่างคณะทำงานโครงการ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ รวมทั้งการทดลองใช้เครื่องมือกับผู้ให้ข้อมูลก่อนลงเก็บภาคสนาม
- 4) นำแบบสัมภาษณ์ฉบับปรับปรุงพัฒนาให้เป็นแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ โดยแบบสอบถามต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะทำงานของโครงการฯ ก่อน คณะนักวิจัยจึงสามารถดำเนินการเก็บข้อมูลในภาคสนามต่อไป

## 2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้รับผิดชอบโครงการและผู้เข้าร่วมโครงการ ด้วยการสัมภาษณ์ตามสถานที่ซึ่งกำหนดไว้ รวมถึงการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลต่างๆ หลังจากเสร็จสิ้นการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ก่อนออกจากสถานที่ มีขั้นตอนที่สำคัญดังต่อไปนี้

- 1) การคัดเลือกผู้ช่วยวิจัย
  - 1.1 เปิดรับสมัครผู้ช่วยวิจัย ทำการคัดเลือกผู้ช่วยวิจัยที่มีมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพที่ดีทั้งมีทักษะในการสื่อสาร โดยทำการคัดเลือกผู้ช่วยวิจัยเพื่อดูแลการเก็บข้อมูล



1.2 จัดการอบรมผู้ช่วยวิจัย เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ เครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.3 ฝึกทักษะในการสัมภาษณ์

2) การกำหนดพื้นที่ สถานที่เก็บข้อมูล และกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

## 2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ที่ปรึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคที่สำคัญ ดังนี้

1) การจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) โดยการใช้เกณฑ์บางอย่างตามคุณลักษณะที่ข้อมูลนั้นมีอยู่ร่วมกันเป็นตัวจำแนก เช่น ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มที่ให้ความคิดว่าการดำเนินการ และกลุ่มที่ให้ความคิดที่ไม่มีดำเนินการ ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มของเจ้าหน้าที่ สคบ. และผู้เข้าร่วมโครงการ

2) การวิเคราะห์สรุป (Analytic Induction) โดยการหาลักษณะร่วมที่มีความชัดเจนจำนวนหนึ่งเพื่อทำข้อสรุปในประเด็นที่ศึกษานั้นมีลักษณะอย่างไร เช่น ข้อมูลของประชาชนที่เกี่ยวกับการรับรู้ในการให้บริการ คนที่ 1 ให้ข้อมูลว่า เจ้าหน้าที่แนะนำ คนที่ 2 ให้ข้อมูลว่า ลูกสาวเล่าให้ฟัง คนที่ 3 ให้ข้อมูลว่าเห็นคนอื่นไปใช้บริการ ซึ่งลักษณะการรับรู้จะแตกต่างกัน แต่ที่ปรึกษาก็สามารถสร้างข้อสรุปจากลักษณะร่วมได้ คือ ประชาชนรับรู้ในการให้บริการจากบุคคลรอบข้าง

3) การวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Componential Analysis) โดยค้นหาส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับเรื่องหรือชนิดต่าง ๆ ของข้อมูลแล้วนำคุณสมบัติที่ขึ้นมานั้นมาเปรียบเทียบกัน เช่น ความคิดเห็นในเรื่องความพึงพอใจของผู้ให้บริการ โดยเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มต่าง ๆ

โดยก่อนที่จะมีการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น จะทำการตรวจสอบข้อมูล เพื่อให้ผู้วิจัยเกิดความมั่นใจว่าข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมานั้นมีความถูกต้องเสียก่อน เนื่องจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจะต้องการใช้อัตวิสัย (subjectivity) หรือการแสดงความคิดเห็น มุมมองของนักวิจัยจากข้อมูลต่าง ๆ การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นที่ปรึกษาจึงใช้การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) โดยมีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลโดยใช้ข้อมูลที่ต่างกัน (data triangulation) ด้วยวิธีการเปลี่ยนแหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคลหรือสถานที่ที่ให้ข้อมูลและการตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (investigator triangulation) โดยใช้ผู้เก็บข้อมูลที่ต่างกัน



## บทที่ 4 แผนการดำเนินงาน

ในส่วนของแผนการดำเนินงานของกิจกรรมประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) ภายใต้โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ประกอบด้วยรายละเอียดที่สำคัญ ภายใต้แผนการดำเนินงานกิจกรรม ดังต่อไปนี้

### 1. วิธีการดำเนินงาน

#### ตารางที่ 4-1 วิธีการดำเนินงาน

ขอบเขตการดำเนินงาน	วิธี / กิจกรรม การดำเนินการ	ผลลัพธ์
1. จัดทำแผนการดำเนินงาน ขั้นตอน และวิธีการศึกษา รวมถึงกรอบแนวคิด ในการดำเนินงาน ในการประเมินผล สัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครอง ผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วางแผนการดำเนินงาน ขั้นตอน และวิธีการศึกษา โดยร่วมหารือกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภค</li> <li>- กำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินงาน เพื่อการประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)</li> <li>- ศึกษาผลการดำเนินงานต่าง ๆ ตามแผน ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค โดยพิจารณา จากผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึง เตรียมการคัดเลือกโครงการหรือกิจกรรมสำคัญ ที่มีผลต่อความสำเร็จตามตัวชี้วัดของแผน</li> </ul>	แผนการดำเนินงาน ขั้นตอน และ วิธีการศึกษา รวมถึงกรอบแนวคิดใน การดำเนินงาน ในการประเมินผล สัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครอง ผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)
2. พิจารณาคัดเลือกโครงการ/ กิจกรรม สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ไม่น้อยกว่า 10 โครงการ จากหน่วยงานที่หลากหลาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คัดเลือกโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่มีผลต่อ ความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ภายใต้ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ไม่น้อยกว่า 10 โครงการ</li> <li>- ประชุมหารือกับสำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อยืนยันความถูกต้องและความ เป็นไปได้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล</li> <li>- สรุปและเชื่อมโยงโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่มี ผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค แห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ก่อน การลงเก็บข้อมูลในภาคสนาม</li> </ul>	โครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่มีผลต่อ ความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครอง ผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ไม่น้อยกว่า 10 โครงการ จากหน่วยงานที่หลากหลาย ก่อนการลงเก็บข้อมูลในภาคสนาม
3. รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลทั้งผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/ กิจกรรม สำคัญ โดยการสัมภาษณ์และการขอ ข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานเจ้าของ โครงการ/ กิจกรรม ซึ่งจะดำเนินการโดย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง ก่อนการลงเก็บข้อมูลในภาคสนาม</li> <li>- จัดเก็บข้อมูลทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของ โครงการ/ กิจกรรมสำคัญ โดยการสัมภาษณ์</li> </ul>	ข้อมูลทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของ โครงการ/ กิจกรรมสำคัญ



ขอบเขตการดำเนินงาน	วิธี / กิจกรรม การดำเนินการ	ผลลัพธ์
วิธีการใดก็ได้ แต่ต้องมีหลักฐานในการสัมภาษณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 หน่วยงาน	และการขอข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานเจ้าของโครงการ/ กิจกรรม - สรุปลงและวิเคราะห์ผลการจัดเก็บข้อมูล เพื่อเตรียมไปสู่การสรุปผลการวิเคราะห์ในภาพรวม	
4. ลงพื้นที่เพื่อสำรวจผลกระทบ (Impact) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อโครงการ/กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือกไว้จากการพิจารณาคัดเลือกโครงการ/ กิจกรรมสำคัญ โดยการลงพื้นที่ที่สามารถปรับ วิธีการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้	- คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) - ประชุมหารือกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อยืนยันจำนวน ความถูกต้องและความเป็นไปได้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล - สรุปลงและเชื่อมโยงกลุ่มตัวอย่างจากโครงการ / กิจกรรมสำคัญที่มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ก่อนการลงเก็บข้อมูลในภาคสนาม - ดำเนินการประสานงานกับผู้รับผิดชอบโครงการพร้อมทั้งขอข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมโครงการ - เก็บข้อมูลภาคสนามตามจำนวนที่กำหนด	ข้อมูลผลกระทบและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือกไว้
5. วิเคราะห์และประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) โดยใช้ข้อมูลที่ได้รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ / กิจกรรมสำคัญ จากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจผลกระทบ (Impact) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาประกอบ พร้อมทั้งจัดทำสรุปและนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ด้วยวิธีการที่เหมาะสม	- วิเคราะห์และประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) โดยพิจารณาจาก (1) ข้อมูลทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ / กิจกรรมสำคัญ (2) ข้อมูลผลกระทบและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ / กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือกไว้	สรุปผลการประเมินและนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ด้วยวิธีการที่เหมาะสม
6. จัดรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) โดยสามารถใช้วิธีการต่างๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น focus group, Video conference เป็นต้น	- ประสานงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ก่อนดำเนินการจัดการรับฟังความคิดเห็นและวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) - กำหนดรูปแบบการรับฟังความคิดเห็นและวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์	- การจัดรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) โดยสามารถใช้วิธีการต่างๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น focus group ,

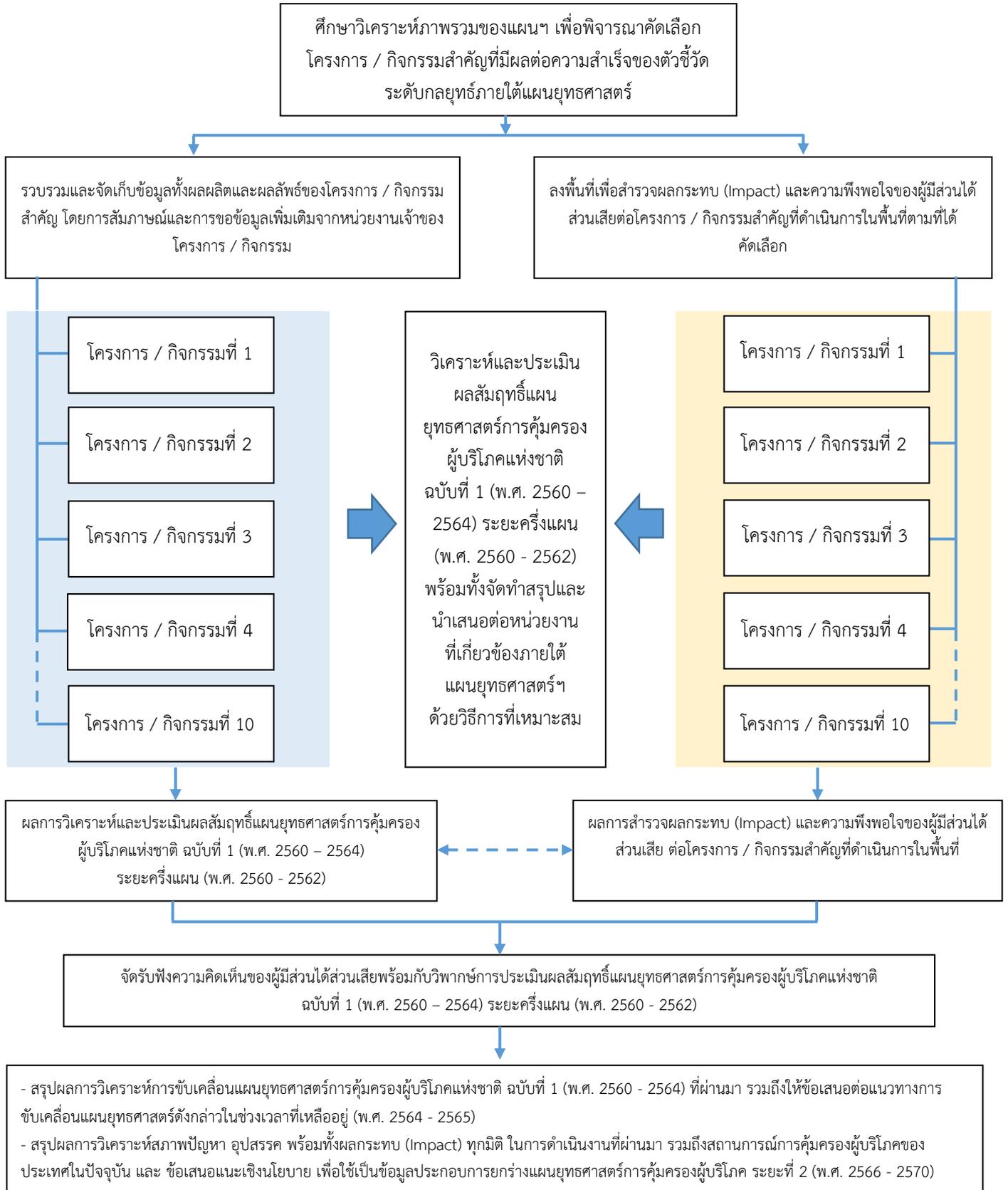


ขอบเขตการดำเนินงาน	วิธี / กิจกรรม การดำเนินการ	ผลลัพธ์
ให้ครอบครัวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด (จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ ไม่น้อยกว่า 25 คน) พร้อมทั้งสรุปผลการรับฟังความคิดเห็นและนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)	การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) กำหนดรูปแบบเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้จะมีการดำเนินการครอบครัวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด (จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ ไม่น้อยกว่า 25 คน) - สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นและนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ	Video conference เป็นต้น ให้ครอบครัวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด (จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ ไม่น้อยกว่า 25 คน) - สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นและนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
7. สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ผ่านมา รวมถึงให้ข้อเสนอแนะทางการขับเคลื่อนแผน ยุทธศาสตร์ดังกล่าวในช่วงเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565)	- สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ผ่านมา โดยนำข้อมูลรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ / กิจกรรมสำคัญ การลงพื้นที่เพื่อสำรวจผลกระทบ (Impact) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการจัดรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) มาใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผล	สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ผ่านมา
8. สรุปผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาอุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ทุกมิติ ในการดำเนินงานที่ผ่านมารวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการยกร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)		สรุปผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาอุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ทุกมิติ ในการดำเนินงานที่ผ่านมารวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
9. จัดทำรายงานสรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) เป็นรูปเล่ม จำนวน 5 เล่ม พร้อมบันทึกไฟล์ข้อมูลทั้งหมดลงในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ สำหรับเก็บข้อมูล จำนวน 2 ชุด	- จัดทำรายงานสรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)	- รายงานสรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) จำนวน 5 เล่ม พร้อมบันทึกไฟล์ข้อมูลทั้งหมดลงในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับเก็บข้อมูล จำนวน 2 ชุด



## 2. ลำดับขั้นตอนการดำเนินงาน

สำหรับลำดับขั้นตอนการทำงานสามารถสรุปได้ตามแผนภาพ ดังต่อไปนี้





### 3. แผนปฏิบัติงาน

#### ตารางที่ 4-2 แผนปฏิบัติงาน

กิจกรรมการดำเนินงาน	เดือน																			
	พ.ค. 63				มิ.ย. 63				ก.ค. 63				ส.ค. 63				ก.ย. 63		ต.ค. 63	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>งวดงานที่ 1</b> ภายใน 30 วัน ถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา (วันที่ 26 พ.ค. 63 – 24 มิ.ย. 63)	← 30 วัน →																			
1. วางแผนการดำเนินงาน ขั้นตอนและวิธีการศึกษา รวมถึงกรอบแนวคิด ในการดำเนินงาน ในการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)																				
<b>งวดงานที่ 2</b> ภายใน 60 วัน ถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา (วันที่ 25 มิ.ย. 63 – 24 ก.ค. 63)	← 30 วัน →																			
2. พิจารณาคัดเลือกโครงการ / กิจกรรมสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ ไม่น้อยกว่า 10 โครงการ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง																				
3. รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ / กิจกรรมสำคัญ โดยการสัมภาษณ์ และการขอข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานเจ้าของโครงการ/กิจกรรม																				
4. ลงพื้นที่เพื่อสำรวจผลกระทบ (Impact) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อโครงการ / กิจกรรมสำคัญ ที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือก																				
<b>งวดงานที่ 3</b> ภายใน 90 วัน ถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา (วันที่ 25 ก.ค. 63 – 23 ส.ค. 63)	← 30 วัน →																			
5. วิเคราะห์และประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) พร้อมทั้งจัดทำสรุปและนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ด้วยวิธีการที่เหมาะสม																				



กิจกรรมการดำเนินงาน	เดือน																																							
	พ.ค. 63				มิ.ย. 63				ก.ค. 63				ส.ค. 63				ก.ย. 63				ต.ค. 63																			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2																		
6. จัดรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมทั้งวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)																																								
งวดงานที่ 4 ภายใน 150 วัน ถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา (วันที่ 24 ส.ค. 63 - 22 ต.ค. 63)																																								
7. สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ผ่านมารวมถึงให้ข้อเสนอต่อแนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวในช่วงเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565)																																								
8. สรุปผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาอุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ทุกมิติ ในการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศในปัจจุบัน และ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการยกร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)																																								
9. จัดทำรายงานสรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) เป็นรูปเล่ม จำนวน 5 เล่ม พร้อมบันทึกไฟล์ข้อมูลทั้งหมดลงในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับเก็บข้อมูล จำนวน 2 ชุด																																								



#### 4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ภายในระยะเวลา 150 วัน ถัดจากวันลงนามในสัญญา

#### 5. งวดงานและสิ่งที่ส่งมอบ

ตารางที่ 4-3 งวดงานและสิ่งที่ส่งมอบ

งวดที่	ระยะเวลา	รายละเอียดงานที่ส่งมอบ
1	ภายใน 30 วัน ถัดจากวันลงนาม ในสัญญา	รายงานขั้นต้น (Inception Report) ประกอบด้วย - แผนการดำเนินงาน ขั้นตอน และวิธีการศึกษา รวมถึงกรอบแนวคิดในการดำเนินงาน
2	ภายใน 60 วัน ถัดจากวันลงนาม ในสัญญา	รายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ 1 (Progress Report 1) ประกอบด้วย - จัดทำแผนการดำเนินงาน ขั้นตอน และวิธีการศึกษา รวมถึงกรอบแนวคิดในการดำเนินงาน ในการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) - พิจารณาคัดเลือกโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ไม่น้อยกว่า 10 โครงการจากหน่วยงานที่หลากหลาย - รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ/ กิจกรรมสำคัญ โดยการสัมภาษณ์และการขอข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานเจ้าของโครงการ/ กิจกรรม ซึ่งจะดำเนินการ โดยวิธีการใดก็ได้ แต่ต้องมีหลักฐานในการสัมภาษณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 หน่วยงาน - ลงพื้นที่เพื่อสำรวจผลกระทบ (Impact) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในพื้นที่ตามที่ได้คัดเลือกไว้ โดยการลงพื้นที่ที่สามารถปรับ วิธีการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้
3	ภายใน 90 วัน ถัดจากวันลงนาม ในสัญญา	รายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ 2 (Progress Report 2) ประกอบด้วย - วิเคราะห์และประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ/ กิจกรรมสำคัญ และการลงพื้นที่เพื่อสำรวจผลกระทบ (Impact) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาประกอบ พร้อมทั้งจัดทำสรุปและนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ด้วยวิธีการที่เหมาะสม - จัดรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. (2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) โดยสามารถใช้วิธีการต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น focus group, Video conference เป็นต้น ให้ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด (จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า 25 คน) พร้อมทั้งสรุปผลการรับฟังความคิดเห็นและนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ



งวดที่	ระยะเวลา	รายละเอียดงานที่ส่งมอบ
4	ภายใน 150 วัน ถัดจากวันลงนาม ในสัญญา	รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ประกอบด้วย - สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค แห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ผ่านมา รวมถึงให้ข้อเสนอต่อแนวทาง การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวในช่วงเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565) - สรุปผลการวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ทุกมิติ ในการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคของ ประเทศในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการ ยกร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) - จัดทำรายงานสรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค แห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) เป็นรูปเล่ม จำนวน 5 เล่ม พร้อมบันทึกไฟล์ข้อมูลทั้งหมดลงในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ สำหรับเก็บข้อมูล จำนวน 2 ชุด





## บทที่ 5

### การศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560-2562) จากโครงการที่ทำการคัดเลือก

การศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560-2562) โดยการพิจารณาคัดเลือกโครงการ/ กิจกรรมสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัด ระดับกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) เพื่อรวบรวมและจัดเก็บข้อมูล ทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ/ กิจกรรมสำคัญ โดยการสัมภาษณ์และการสำรวจข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานเจ้าของโครงการ/ กิจกรรม

#### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและประเมินผล

การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ.2560-2562 ระยะครึ่งแผน ในขั้นตอนของการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ/ กิจกรรมสำคัญจากการสัมภาษณ์และการสำรวจข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานเจ้าของโครงการ/ กิจกรรม ได้มีการนำแนวคิดของ CIPP Model และ balanced scorecard มาใช้เป็นแนวทางประกอบการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและประเมินผล (รายละเอียดตามภาคผนวก ก.) ซึ่งสรุปภาพรวมความสัมพันธ์การนำแนวคิด CIPP Model และ Balanced Scorecard ที่นำมาใช้ในการสร้างเครื่องมือการติดตามและประเมินผลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5-1 แสดงความสัมพันธ์การนำแนวคิด CIPP Model และ Balanced Scorecard มาใช้ในการสร้างเครื่องมือการติดตามและประเมินผล

ประเด็นข้อความในแบบสอบถาม ชุดที่ 1 ผู้รับผิดชอบหรือผู้ดำเนิน โครงการ/ กิจกรรม	CIPP				BSC				
	Context	Input	Process	Product	พื้นฐาน	Financial	Customer	Internal	Learning
<b>ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ</b>									
บริบทโครงการ	✓								
1. ที่มาของโครงการ	✓								
2. ปัญหา/ ประเด็นของโครงการที่ ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ	✓								
ข้อมูลพื้นฐาน	✓				✓				
• วัตถุประสงค์									
• ระยะเวลาดำเนินการ		✓							
• งบประมาณ		✓							
• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ		✓							
• ผู้เข้าร่วมโครงการ/ กลุ่มเป้าหมาย		✓							
• ผลลัพธ์ของโครงการ				✓	✓		✓		
• ผลการสำรวจระดับความพึง พอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ				✓	✓		✓		
• ตัวชี้วัดโครงการ				✓	✓		✓		
• ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดใน ระดับหน่วยงานของผู้จัด โครงการ				✓	✓		✓		



ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ									
1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์				✓					
2. การขยายผล				✓			✓		
<ul style="list-style-type: none"> <li>การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม/ กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ</li> </ul>			✓					✓	✓
<ul style="list-style-type: none"> <li>ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม)</li> </ul>			✓					✓	✓
3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม/ เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น			✓					✓	✓
ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1									
1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ			✓		✓				
2. การรายงานผลการดำเนินงาน			✓		✓				
3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ			✓		✓				

ประเด็นข้อความในแบบสอบถาม ชุดที่ 2 ประชาชน/ ผู้เข้าร่วมโครงการ	CIPP				BSC				
	Context	Input	Process	Product	พื้นฐาน	Financial	Customer	Internal	Learning
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ									
บริบทโครงการ	✓								
1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ	✓								
2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ	✓								
ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมโครงการ									
1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์ภายหลังจากเข้าร่วมโครงการ				✓			✓		
2. การนำไปใช้ประโยชน์				✓			✓		
<ul style="list-style-type: none"> <li>ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ</li> <li>พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ</li> </ul>				✓			✓		
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ/ ความต้องการ/ ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ									
1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ				✓			✓		
2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ				✓			✓		
3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ				✓			✓		
4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ				✓			✓		



## 2. การคัดเลือกโครงการ / กิจกรรมเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ใช้ข้อมูลปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

สำหรับการคัดเลือกโครงการ / กิจกรรมที่สำคัญมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกดังต่อไปนี้

1. โครงการ / กิจกรรมสามารถสะท้อนหรือเป็นตัวแทนในระดับกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ต่าง ๆ
2. การคัดเลือกโครงการจะต้องดำเนินการให้ครอบคลุมประเด็นยุทธศาสตร์ และมีจำนวนไม่น้อยกว่า 10 หน่วยงาน และ 10 โครงการ จากการรายงานข้อมูลผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

3. ความสามารถในการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูล

4. พิจารณาจากโครงการ/ กิจกรรมที่น่าสนใจ รวมถึงมีความหลากหลายในการดำเนินการโครงการ/ กิจกรรมต่าง ๆ

ทั้งนี้ การคัดเลือกโครงการ/ กิจกรรมตามเกณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้นจะนำมาพิจารณาร่วมกับคณะกรรมการติดตามการดำเนินงานของที่ปรึกษาก่อนลงเก็บข้อมูลภาคสนาม สำหรับโครงการ/ กิจกรรมที่ทำการคัดเลือกประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

### ตารางที่ 5-2 การคัดเลือกโครงการ/ กิจกรรมเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบ และ กลไกการคุ้มครอง ผู้บริโภค	กลยุทธ์ 1 พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการ ให้มีความปลอดภัย	1. โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์ สุขภาพ	สำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา
	กลยุทธ์ 3 พัฒนานโยบาย และ ปรับปรุงมาตรฐาน มาตรฐาน และ กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	2. โครงการซักซ้อมความเข้าใจบทบาทของ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต่อ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำ ร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของ กฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้ง สภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562	สคบ. (กองกฎหมายและคดี)
	กลยุทธ์ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการ ส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	3. โครงการส่งเสริมการผลิตและบริโภคที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	กรมควบคุมมลพิษ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบ ฐานข้อมูลในการคุ้มครอง ผู้บริโภค	กลยุทธ์ 1 พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค	4. โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้อง ทุกข์ของรัฐบาล (Integrated complaint management system)	สำนักงานปลัดสำนัก นายกรัฐมนตรี
	กลยุทธ์ 2 พัฒนาระบบข้อมูลเรื่อง ร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกัน และแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค	5. โครงการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center)	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาศักยภาพ และการสื่อสารเพื่อ การคุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ 2 การให้ความรู้ผ่าน ช่องทาง และวิธีการที่หลากหลาย	6. กิจกรรมให้ความรู้เรื่อง สิทธิผู้บริโภคในกิจการ โทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะ ประจำปี 2562	สำนักงาน กสทช.
		7. ค่ายอาสาและพัฒนาสิทธิและสุขภาพ ครั้งที่ 35	สป.กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และ นวัตกรรม



ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		8. กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคม ชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	สำนักงานมาตรฐาน อุตสาหกรรม
		9. โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิด การเฝ้าระวัง	กรมประชาสัมพันธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนา ศักยภาพเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ 1 การสร้างเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภค	10. โครงการ คปภ. เพื่อชุมชน ปี 2562	สำนักงานคณะกรรมการกำกับ และส่งเสริมการประกอบธุรกิจ ประกันภัย
		11. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่าย พันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า	กรมการค้าภายใน
	กลยุทธ์ 2 การพัฒนาศักยภาพ เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	12. กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค”)	สคบ. (กองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์)
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการ การคุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์ 1 การส่งเสริม และ สนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามี ส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	13. กิจกรรม “คลินิก สคบ.”	สคบ. (กองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์)

### 3. ผลการศึกษารายโครงการ (จำนวน 13 โครงการ)

สำหรับการศึกษารายโครงการทั้ง 13 โครงการจะใช้วิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ (รายละเอียด แบบสัมภาษณ์ในภาคผนวก ก.) จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ โดยในแต่ละโครงการจะทำการเก็บข้อมูลจาก

1. ผู้รับผิดชอบโครงการจำนวน 3 คน
2. ผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 7 คน

รวมจำนวนทั้งสิ้น 10 คน ต่อ 1 โครงการ (รายละเอียดอยู่ในหัวข้อ 2.3 กลุ่มตัวอย่าง และการกำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง)

สำหรับรายละเอียดทั้ง 13 โครงการ สามารถสรุปเนื้อหาในแต่ละโครงการได้ดังต่อไปนี้

#### โครงการที่ 1 โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ ตารางที่ 5-3 โครงการที่ 1 โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ	
ชื่อโครงการ เฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย ตัวชี้วัด : อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)	
บริบทโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
1. ที่มาของโครงการ - เนื่องด้วย ผลิตภัณฑ์สุขภาพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อสุขภาพ ของประชาชนเป็นอย่างมาก ทั้งอาหาร ยา เครื่องสำอาง และวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน รวมถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ใช้ในสถานพยาบาล ได้แก่ เครื่องมือแพทย์ วัตถุเสพติด	- ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการตรวจสอบภายใต้โครงการ เฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ จะคัดเลือก และจัดทำเป็นแผนเก็บตัวอย่างที่มีเป้าหมายในแต่ละปี ชัดเจน





<p>ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาซึ่งมีหน้าที่ปกป้องและคุ้มครองสุขภาพของประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพดังกล่าวให้มีคุณภาพ มาตรฐานและปลอดภัย จึงได้จัดทำโครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาดด้วย การตรวจสอบเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ฯ ให้มีมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา</p> <p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- การดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพยังคงประสบปัญหา เช่น ผลิตภัณฑ์สุขภาพไม่ได้มาตรฐาน รวมถึงประชาชนมีการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ไม่จำเป็นและไม่เหมาะสม ก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพได้</li></ul>	
ข้อมูลโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• วัตถุประสงค์<ul style="list-style-type: none"><li>- เพื่อผู้บริโภคได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพปลอดภัย</li></ul></li><li>• ระยะเวลาดำเนินการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ต.ค. 2560 – ก.ย. 2561</li></ul></li><li>• งบประมาณ<ul style="list-style-type: none"><li>- ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 = 93,950,500.00 บาท</li><li>- ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 = 46,569,650.00 บาท</li></ul></li><li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา</li></ul></li><li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย<ul style="list-style-type: none"><li>- ผลิตภัณฑ์สุขภาพ 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ยา อาหาร เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง วัตถุอันตราย และวัตถุเสพติดที่ใช้ในทางการแพทย์</li></ul></li><li>• ผลลัพธ์ของโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ประชาชนมีสุขภาพที่ดีจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพ มาตรฐาน</li><li>- ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่มีคุณภาพ มาตรฐานหรือไม่ปลอดภัยลดลง</li></ul></li><li>• ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อมูล</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>• ตัวชี้วัดโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ร้อยละของผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการตรวจสอบได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนด (ร้อยละ 95)</li></ul></li><li>• ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อมูล</li></ul></li></ul>	
<b>บริษัทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อมูล</li></ul> 2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อมูล</li></ul>	- ผู้เข้าร่วมโครงการเป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการตรวจสอบความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งไม่ได้เป็นลักษณะของการจัดกิจกรรมทั่วไปที่ให้ประชาชนเข้าร่วมโครงการ
<b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b>	
<b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์ อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ - ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.97 (ค่าเป้าหมาย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฯ ร้อยละ 7) - ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 318.01 (ค่าเป้าหมาย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฯ ร้อยละ 8)	1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์ <ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อมูล</li></ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
- ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 อย. มีมาตรการตรวจสอบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั่วประเทศ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตรวจสอบเพิ่มขึ้นมากกว่าปกติ	- ไม่มีข้อมูล
2. การขยายผล <ul style="list-style-type: none"><li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ผู้ประกอบการมีความระมัดระวังให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนด</li><li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม)<ul style="list-style-type: none"><li>- เชิงรุกในลักษณะเพิ่มจำนวนการตรวจสอบมากขึ้น</li></ul></li></ul></li></ul> 3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม / เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น <ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li></ul>	2. การนำไปใช้ประโยชน์ <ul style="list-style-type: none"><li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อมูล</li></ul></li><li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อมูล</li></ul></li></ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	- ไม่มีข้อมูล



ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ	
ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ
<p>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <p>- ไม่มีข้อมูล</p> <p>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <p>- ไม่มีข้อมูล</p> <p>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <p>- ไม่มีข้อมูล</p> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <p>- ไม่มีข้อมูล</p>	<p>- ไม่มีข้อมูล</p>
ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)	
ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)	ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)
<p>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <p>- จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 ส่งผลให้การดำเนินการเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์สุขภาพและการส่งตรวจวิเคราะห์ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>- การรายงานผลงานตามตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ เป็นการวัดผลร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้า บริการและสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบในแต่ละปี ซึ่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ตรวจสอบ ทำให้จำนวนที่ตรวจสอบไม่เพิ่มขึ้น หรืออาจจะลดลงได้</p>	<p>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ</p> <p>- ไม่มีข้อมูล</p>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p> <p>- ควรกำหนดตัวชี้วัดที่วัดผลในเชิงคุณภาพ</p>	
<p>2. การรายงานผลการดำเนินงาน</p> <p>- มีความซ้ำซ้อนของช่องทางการรายงาน เนื่องจากมีหลายหน่วยงานได้จัดทำระบบรายงาน และให้รายงานผ่านระบบที่แต่ละหน่วยงานสร้างขึ้น ทำให้ในเรื่องเดียวกันต้องรายงานมากกว่า 1 ระบบ</p>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <p>- ไม่มีข้อมูล</p>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p> <p>- ประสานเชื่อมโยงระบบการรายงานให้เหลือเพียงระบบเดียว ลดความซ้ำซ้อน</p>	



<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ - ไม่มีข้อสังเกต หรือความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ - ไม่มีข้อมูล</p>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<p>- ควรกำหนดเจ้าภาพหลักในแต่ละยุทธศาสตร์ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	
<b>ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b>	
<b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) - โครงการที่เสนอภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ที่ผ่านมา เป็นการเชื่อมโยงโครงการที่แต่ละหน่วยงาน (จำนวน 28 หน่วยงาน) ดำเนินการอยู่ ซึ่งอาจมีการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ฯ ที่กำหนดไว้ ควรกำหนดให้มีเจ้าภาพหลักในการจัดทำโครงการที่สอดคล้องกับเป้าหมายของยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) - ไม่มีข้อมูล</p>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>	<p>- ไม่มีข้อมูล</p>
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) - ควรจัดทำโครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นโครงการบูรณาการระดับประเทศและเป็นเจ้าภาพในการเสนอของบประมาณเพื่อขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ มีทิศทางเดียวกันและสามารถขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายที่ต้องการได้</p>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) - ไม่มีข้อมูล</p>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<p>- ไม่มีข้อสังเกต ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>	<p>- ไม่มีข้อมูล</p>

**หมายเหตุ** เนื่องจากโครงการดังกล่าวเป็นลักษณะของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สุขภาพได้รับการตรวจสอบความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่ได้เป็นลักษณะของการจัดกิจกรรมทั่วไปที่ให้ประชาชนเข้าร่วมโครงการ ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจึงไม่สามารถให้ข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ในการประเมินครั้งนี้ รวมถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมในโครงการจึงไม่สามารถให้ข้อมูลได้



โครงการที่ 2 โครงการชักชวนความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมาย และการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

ตารางที่ 5-4 โครงการที่ 2 โครงการชักชวนความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ	
<p><b>ชื่อโครงการ</b> โครงการชักชวนความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 (กองกฎหมายและคดี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)</p> <p><b>ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 1</b> การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนานโยบายและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค</p> <p><b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b> จำนวนกฎหมายที่ได้รับการทบทวน แก้ไข พัฒนาเพื่อประโยชน์ต่อประชาชน ในปี 2562 จำนวน 8 ฉบับ</p>	
บริบทโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กองกฎหมายและคดีพิจารณาเห็นว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 (กฎหมาย 3 ฉบับ) ดังกล่าว มีบทบาทและมีความสำคัญต่อภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นจึงควรเตรียมความพร้อมเพื่อให้บุคลากรในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ตามกฎหมายดังกล่าว</li> </ul> <p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื่องจากการจัดโครงการเป็นการชักชวนความเข้าใจของกฎหมายใหม่ ต้องใช้การเรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน</li> <li>- อาจจะไม่ชัดเจนบ้างในบางประเด็น ต้องเรียนรู้จากประสบการณ์เพิ่มเติม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 เป็นกฎหมายใหม่ ที่ต้องเรียนรู้ไปพร้อม ๆ กัน</li> </ul>
ข้อมูลโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์</li> <li>- เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การดำเนินงานเป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายใหม่ 3 ฉบับ ได้แก่</li> </ul>





หลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

- เพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้ทราบถึงข้อเท็จจริงในทางปฏิบัติ ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดจากการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 และหลักเกณฑ์ในการจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายตามพระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562
- เพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้ ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562

• ระยะเวลาดำเนินการ

- 25 กรกฎาคม – 26 กรกฎาคม 2562

• งบประมาณ

- 152,490 บาท

• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ

- กองกฎหมายและคดี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย

- บุคลากรสังกัดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 225 คน

• ผลลัพธ์ของโครงการ

- เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562
- หน่วยงานสามารถดำเนินการตามตัวชี้วัด ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ
- เพิ่มทักษะ ความรู้ ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5)

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ บุคลากรสังกัดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 225 คน



<p>พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและ การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมสัมมนามีความรู้ ความเข้าใจ ในเนื้อหาที่บรรยายและผ่านการประเมิน ร้อยละ 81.48</li> <li>- ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.15</li> </ul> </li> <li>• ตัวชี้วัดโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70</li> <li>- ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70</li> </ul> </li> <li>• ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้ ความเข้าใจ ในกฎหมาย 3 ฉบับ</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<p>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อพัฒนาความรู้ได้ตรงแผนยุทธศาสตร์</li> <li>- ต้องการความรู้เพิ่มขึ้น เพื่อนำความรู้มาเจรจากับผู้ร้อง</li> <li>- หน่วยงานส่งรายชื่อเข้าร่วมให้เพราะตรงภาระหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบ</li> <li>- ได้ความรู้ ได้รู้จัก สคบ. มากขึ้น</li> <li>- พัฒนางาน ต้องการความรู้เพิ่มขึ้น</li> <li>- ซักซ้อมเรื่องบทบาทหน้าที่</li> </ul> <p>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หนังสือเวียนภายใน</li> <li>- ไลน์ส่วนกลาง แจ้งข่าวสาร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการได้รับความรู้ เพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน และซักซ้อมความเข้าใจในบทบาทหน้าที่</li> </ul>
<p><b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b></p>	
<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรสังกัดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้รับความรู้ และมีความเข้าใจ ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กร</li> </ul>	<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ความรู้จากวิทยากรที่มีประสบการณ์</li> <li>- ทราบบทบาทของ สคบ. มากขึ้น</li> <li>- ความรู้นำมาปรับในการดำเนินงาน</li> <li>- รู้เรื่องของอำนาจหน้าที่ในการทำงานของ สคบ.</li> <li>- ลำดับขั้นตอนในการทำงานมากขึ้น</li> <li>- เข้าถึงการทำงานมากขึ้น</li> </ul>



<p>ของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 โดยผ่านการทำแบบทดสอบ ความรู้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับความรู้ เช่น การสืบหาแหล่งที่มาของ facebook เจ้าของที่แท้จริงของ facebook สิทธิของผู้บริโภค</li> <li>- ได้รู้จัก และรู้จักหน้าที่ของผู้ประนีประนอมในศาล กับเจ้าหน้าที่ของ สคบ.</li> <li>- วิธีการจัดการกับงาน หรืออุปสรรคการทำงาน</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรสังกัดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้รับความรู้ และมีความเข้าใจในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการทำงานได้ดียิ่งขึ้น</li> </ul>
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- เจ้าหน้าที่ของ สคบ. มีความรู้ ความเข้าใจในกฎหมาย ทั้ง 3 ฉบับ</li> <li>- เจ้าหน้าที่ของ สคบ. สามารถให้คำปรึกษากับผู้อื่น หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้</li> <li>- เจ้าหน้าที่ของ สคบ. สามารถดำเนินการได้ตามที่กฎหมายกำหนด</li> </ul> </li> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม) <ul style="list-style-type: none"> <li>- การดำเนินโครงการเป็นลักษณะริเริ่ม เนื่องจากเป็นกฎหมายใหม่ และยังไม่เคยอบรมให้กับบุคลากรมาก่อน</li> </ul> </li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ช่วยเหลือผู้ร้องได้ตรงจุดมากขึ้น</li> <li>- สามารถแจกแจงขั้นตอนได้ดีขึ้น</li> <li>- นำความรู้ไปใช้กับผู้ร้อง เช่น เรื่องการโทรเจรจา การออกหนังสือเชิญมาเจรจา</li> <li>- สามารถลำดับขั้นตอนการทำงานได้ดีขึ้น</li> <li>- ใช้ประโยชน์ในการทำงานกับผู้บริโภค ได้ตรงประเด็น</li> <li>- นำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน</li> <li>- สามารถบอกขั้นตอนการทำงานให้กับผู้ร้อง ผู้ประกอบธุรกิจ</li> <li>- ได้นำความรู้ไปใช้ เช่น ตำรวจไซเบอร์ ความหมายของเลขบัตรประจำตัวประชาชน 13 ตัว บอกระไรได้บ้าง ให้อะไรกับเราได้บ้าง</li> <li>- ลำดับการทำงานได้ดีขึ้น</li> </ul> </li> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความมั่นใจในการทำงานมากขึ้น</li> <li>- มีแนวทางการดำเนินงานเป็นแนวทางเดียวกัน</li> <li>- สามารถตอบคำถามได้อย่างมั่นใจขึ้น</li> <li>- ช่องทางการเตือนผู้บริโภค เช่น แชร์ลูกโซ่ อาชญากรรมทางอิเล็กทรอนิกส์</li> <li>- ได้แนวทางสังเกต ว่าช่องไหนหลอกหลวง</li> <li>- ป้องกันในเรื่องของมิฉฉาชีพทำอาชญากรรมบนไซเบอร์ เช่น การเปิดบัญชีให้คนแปลกหน้ายอมมี</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม/ เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เกิดคณะกรรมการใหม่อีก 1 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ</li> </ul>	
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพเป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ฯ จึงเกิดคณะกรรมการใหม่อีก 1 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ</li> </ul>	



	ส่วนร่วมในการกระทำความผิดด้วย ต้องไม่ตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรม - มีความเข้าใจในงานเพิ่มขึ้น - ทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
<b>ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>	
<b>ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<p>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- การจัดงานในภาพรวมดีแล้ว</li><li>- พึงพอใจระดับมาก</li></ul> <p>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- เพิ่มการพัฒนาความรู้ในด้านการเจรจา</li><li>- ควรเพิ่มระยะเวลาของวิทยากรบางท่าน</li><li>- ควรเพิ่มวิทยากร เพื่อให้เกิดความรู้ที่หลากหลาย</li><li>- อาจมีการเชิญบุคคลภายนอกมาเข้าร่วม แลกเปลี่ยนข้อมูลกัน หรือให้กลุ่มวิทยากรไปเผยแพร่กับหน่วยงานภายนอกด้วย</li><li>- ระยะเวลาในการบรรยายควรเพิ่มขึ้น วิทยากรมากความสามารถ ควรเพิ่มเวลาเป็น 5 วัน</li></ul> <p>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- อยากให้มีโครงการดี ๆ แบบนี้อีก อยากให้เพิ่มระยะเวลาให้มากขึ้น</li><li>- การถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้มีประสบการณ์ที่หลากหลาย</li><li>- โครงการดี ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นอีกเยอะ นอกจากความรู้ที่เรียนในมหาวิทยาลัย</li><li>- ถ่ายทอดความรู้ในโรงเรียนเพิ่มขึ้น เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่เป็นสิทธิเบื้องต้นในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เช่น การซื้อขายออนไลน์ หรือการขายตรง</li></ul> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ลำดับการทำงานได้ดีขึ้น</li><li>- ได้รับความรู้ ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่มากขึ้น นำมาปรับใช้ในการทำงาน</li><li>- ลดอุปสรรคในการทำงาน</li><li>- เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจในการเตรียมความพร้อมในการทำงานในอนาคต</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ผู้เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ช่วยให้ลำดับการทำงานได้ดีขึ้นทำงานด้วยความมั่นใจมากขึ้น และเข้าใจบทบาทหน้าที่ดีขึ้น</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีศักยภาพในการทำงานมากขึ้น</li> <li>- ได้แนวทางในการทำงานเพื่อสังคมในอนาคต เช่น การเป็นผู้ประνομในศาลเป็นอาชีพที่ทำเพื่อสังคม</li> <li>- ได้ประโยชน์เพื่อนำมาทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b>	
<b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
<p>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดความสอดคล้องของการดำเนินโครงการ เนื่องจากผู้เริ่มผู้ออกแบบ ผู้ปฏิบัติ เป็นคนทำงานที่มาจากคนละกลุ่ม อาจขาดความต่อเนื่อง หรือความสอดคล้องของเจ้าหน้าที่ในการดำเนินโครงการ</li> </ul>	<p>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เวลาน้อยเกินไป ควรเพิ่มระยะเวลาเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดความต่อเนื่องในการทำงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์</li> </ul>	
<p>2. การรายงานผลการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีทั้งความรู้ที่ตรงความต้องการ และไม่ตรงความต้องการ</li> <li>- เนื่องจากมีหน่วยงานในองค์กรที่หลากหลาย จึงได้รับความรู้ที่ตรงความต้องการ และไม่ตรงตามความต้องการ</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝ่ายกฎหมาย ช่วยขับเคลื่อน อาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับ การขับเคลื่อนแผนโดยตรง เนื่องจากต้องมาจากหลาย ๆ ส่วนงานทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน</li> </ul>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ถ้าผู้อบรมเยอะเกินไปการแสดงความคิดเห็นก็จะไม่ทั่วถึง ควรแบ่งกลุ่มให้คนไม่มากจนเกินไปเพื่อทุกคนได้แสดงความคิดเห็น</li> <li>- เวลาน้อยเกินไป</li> <li>- มีจำนวนผู้เข้าอบรมมากเกินไป ทำให้โอกาสในการแสดงความคิดเห็นน้อย</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ฝ่ายกฎหมายไม่ได้เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ โดยตรง</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b>	
<b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความรู้อย่างต่อเนื่องตามรอบระยะเวลา</li> <li>- ควรมีการติดตามผล หรือทบทวนความรู้ตามรอบระยะเวลา</li> <li>- จัดอบรมตามรอบระยะเวลา</li> </ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรเพิ่มระยะเวลาของวิทยากรบางท่าน</li> <li>- เพิ่มระยะเวลาในการอบรม</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>- มีผู้เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน ควรมีการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง</li></ul>	
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- ควรมีการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตามผล</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ควรเพิ่มระยะเวลาในการอบรม และเพิ่มระยะเวลาของวิทยากรบางท่านให้สอดคล้องกับเนื้อหา</li></ul>
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ควรเพิ่มความหลากหลายของหลักสูตร</li><li>- ควรจัดที่ต่างจังหวัด เพื่อให้เจ้าหน้าที่อยู่เต็มเวลา</li><li>- ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการให้ความรู้</li><li>- ควรประสานงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค หรือองค์กรภายนอกที่เป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย โดยกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์</li><li>- ควรให้ความรู้ผู้ประกอบการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด</li><li>- ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดูแล โดยสามารถเปรียบเทียบปรับได้ตามที่กฎหมายกำหนด</li></ul>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- เพิ่มการพัฒนาความรู้ในด้านการเจรจาไกล่เกลี่ย</li><li>- โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากร เช่น กองสัญญา กองฉลาก กองโฆษณา รู้แต่กฎหมายของตนเอง หรือที่ตนเองรับผิดชอบ ควรรู้กฎหมายทั้งหมด</li><li>- คนรับเรื่องร้องเรื่องควรรู้กฎหมายทั้งหมด</li><li>- ต้องการให้เพิ่มเทคนิคการไกล่เกลี่ย และการเจรจา หรือแนะนำประสบการณ์</li><li>- เก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการเร็วขึ้น ไม่เกิน 1 เดือน หลังการอบรม</li><li>- ควรเพิ่มการอบรมในระดับโรงเรียน หรือมหาวิทยาลัย เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงสิทธิในโลกไซเบอร์</li><li>- การเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าพนักงาน</li></ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- ควรเพิ่มความหลากหลายของหลักสูตรอบรม รวมถึงพิจารณาสถานที่การดำเนินโครงการ และวางแผนให้การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ เป็นไปอย่างทั่วถึงในกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง</li><li>- มีการให้อำนาจองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการเปรียบเทียบปรับ แต่ยังไม่มีการดำเนินการ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ควรมีการจัดโครงการที่เกี่ยวกับการเพิ่มความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน และขยายการให้ความรู้เพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม</li></ul>



**โครงการที่ 3 โครงการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม**  
**ตารางที่ 5-5 โครงการที่ 3 โครงการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม**

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ**

**ชื่อโครงการ** โครงการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม)

**ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)**

จำนวนกิจกรรมสร้างจิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ผู้ประกอบการ (ของกลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุนและการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค)

**ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)**

สามารถพัฒนาและใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์และกฎหมายในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืนโดยผ่านการจัดซื้อจัดจ้างโดยหน่วยงานของรัฐประเภทต่าง ๆ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสำหรับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ภาคการผลิต ทั้งภาคเอกชน และภาครัฐปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตและกระบวนการมาผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น และส่งผลให้สังคมบริโภคสินค้าและบริการประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น

บริบทโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ในอดีตผู้บริโภคไทยยังไม่นิยมใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และขาดกลุ่มผู้บริโภคที่มีความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง ทำให้การตลาดสีเขียวของไทยยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร ภาครัฐทั้งหน่วยงานส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นถือเป็นผู้บริโภครายใหญ่ที่สุดผ่านการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์หลากหลายตั้งแต่สินค้าทั่วไป การก่อสร้างและบริการต่าง ๆ ซึ่งสนับสนุนให้เกิดอุปสงค์สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถสร้างแรงขับเคลื่อนให้ภาคการผลิตมุ่งไปสู่การผลิตสินค้าและให้บริการที่ใส่ใจและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สนับสนุนให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืนได้</li> </ul> <p>2. ปัญหา/ ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อม การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มากขึ้นส่งผลให้เกิดก๊าซเรือนกระจกมากขึ้นกว่าปกติ อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกสูงขึ้น และเกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งสังคมมีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง มีสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมน้อยและราคาแพง จึงต้องการให้มีการผลิตและการให้บริการประเภทนี้มากยิ่งขึ้นและแพร่หลายออกไป</li> </ul>	<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>



ข้อมูลโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• วัตถุประสงค์<ul style="list-style-type: none"><li>- เพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ครอบคลุมหน่วยงานภาครัฐ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน มหาวิทยาลัย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชน</li><li>- เพื่อกระตุ้นภาคผู้ผลิตและผู้ประกอบการให้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้มีปริมาณสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในตลาดเพิ่มมากขึ้น</li><li>- เพื่อให้เกิดการสร้างสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li></ul></li><li>• ระยะเวลาดำเนินการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ระยะแรกช่วงปี 2551 - 2554</li><li>- ระยะที่ 2 ช่วงปี 2556 - 2559</li><li>- ระยะที่ 3 ช่วงปี 2560 - 2564</li></ul></li><li>• งบประมาณ<ul style="list-style-type: none"><li>- ที่ได้รับจัดสรรจากงบประมาณแผ่นดินประมาณ 1 ล้านบาทในปี</li></ul></li><li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (รับผิดชอบโดยศูนย์ปฏิบัติการวิเคราะห่มลพิษและสิ่งแวดล้อม)</li></ul></li><li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย<ul style="list-style-type: none"><li>- หน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน มหาวิทยาลัย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชน</li></ul></li><li>• ผลลัพธ์ของโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานจำนวน 773 แห่ง (ที่รายงานผลผ่านระบบ) ในสินค้าและบริการ 17 รายการ คิดเป็นมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมประมาณ 530 ล้านบาท ซึ่งลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ประมาณ 53,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์</li></ul></li><li>• ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ยังไม่มีการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการมีเพียงความพึงพอใจในการเข้าร่วมประชุมสัมมนา</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ปรากฏอยู่ในแผนส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ระยะที่ 3 พ.ศ. 2560 -2564</li><li>- มีการแก้ไขเพิ่มเติมวัตถุประสงค์ในร่างแผนปฏิบัติการระยะที่ 3 ในปี 2564-2565 ให้โครงการนี้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติไปสู่การปฏิบัติ และเป็นกลไกและข้อตกลงร่วมมือกันระหว่างหน่วยงาน ซึ่งกำลังจะขอความเห็นชอบจากคณะอนุกรรมการส่งเสริมฯ</li><li>- ควรจัดทำตรวจสอบเพิ่มเติมรูปแบบเกี่ยวกับการดำเนินโครงการนี้</li><li>- ระบุไว้ในส่วนของการจัดทำร่างแผนปฏิบัติการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2564 - 2565</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>● ตัวชี้วัดโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- จำนวนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น</li><li>- จำนวนหน่วยงานที่ให้การรับรองสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น</li><li>- จำนวนหน่วยงานที่เข้าร่วมดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างฯ เพิ่มขึ้น</li><li>- จำนวนบุคลากรฝ่ายจัดซื้อฯ และผู้ที่เกี่ยวข้องมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li><li>- ร้อยละของสถานประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น</li><li>- จำนวนผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากสิ่งแวดล้อม สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li><li>- มีองค์ความรู้ด้านการผลิตและออกแบบสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li><li>- จำนวนมาตรการ/ เครื่องมือสนับสนุนทางเศรษฐศาสตร์ การเงิน การคลัง</li><li>- กฎหมาย ระเบียบพัสดุ/ วิธีปฏิบัติที่จะเปิดโอกาสให้หน่วยงานภาครัฐสามารถจัดซื้อจัดจ้างฯ โดยให้สิทธิด้านราคา</li><li>- จำนวนภาคีหรือเครือข่ายที่ร่วมขับเคลื่อนการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li><li>- จำนวนเนื้อหา/ หัวข้อในเรื่องการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน การเลือกใช้สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่แทรกอยู่ในหลักสูตรการศึกษา</li><li>- จำนวนมาตรการ/ แนวทางการดำเนินงานตามนโยบายที่ได้มีการทบทวนและปรับปรุงให้สามารถดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน</li><li>- ร้อยละหน่วยงานที่มีการรายงานผลการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li></ul></li><li>● ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- เป็นการร่วมดำเนินการขับเคลื่อนการดำเนินการตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ 12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน ตัวชี้วัดที่ 12.7.1 จำนวนประเทศที่มีการดำเนินการตามนโยบายและร่างแผนปฏิบัติการด้านการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐที่ยั่งยืน การบรรจุเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็น</li></ul></li></ul>	
---	--



<p>มิตรกับสิ่งแวดล้อมไว้ภายใต้แผนปฏิบัติการ ของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p>	
<p><b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<p>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความร่วมมือรักษาสีสิ่งแวดล้อม และสมัครใจเข้าร่วมเองด้วย เพราะมองว่าได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการฯ นี้</li> <li>- เพราะเห็นความสำคัญของความปลอดภัยของบุคลากรในหน่วยงานซึ่งเป็นผู้ใช้สินค้า โดยจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพหากสินค้าเป็นอันตรายหรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตไปจนถึงการบรรจุหีบห่อและการกำจัดขยะ ควรมีสติเลือกแม้จะต้องจ่ายแพงกว่าสินค้าอื่นและใช้งบประมาณเยอะกว่าเป็นสิ่งที่จะกลับคืนสู่สังคม</li> <li>- ให้ความร่วมมือกับโครงการของรัฐตามที่กรมควบคุมมลพิษและกรมบัญชีกลางขอความร่วมมือมา</li> <li>- เป็นนโยบายของมหาวิทยาลัยที่ต้องการให้เป็น Green University</li> </ul> <p>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จากการได้รับหนังสือเวียนระหว่างหน่วยงาน ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด แต่ไม่แน่ใจว่าต้องส่งรายงาน</li> <li>- ทางเว็บไซต์ฐานข้อมูลสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยรายงานไปยังกรมควบคุมมลพิษ</li> <li>- ผ่าน Application ที่ชื่อว่า Thai GPP และตะกร้าเขียวในโครงการฯ (CPP) นี้</li> </ul>	<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>
<p><b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b></p>	
<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงการครอบคลุมซึ่งครบวงจรตั้งแต่การผลิต การขนส่ง การบริโภค การกำจัดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ผลิตตื่นตัวมากขึ้น การปรับขั้นตอน รูปแบบการค้าทัศนคติที่ใส่ใจต่อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามกระแสความเปลี่ยนแปลงในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</li> <li>- มีการเชื่อมโยงกับฉลากลดโลกร้อนและอุตสาหกรรมสีเขียว ได้แก่ การรับรองฉลากเขียว หรือตะกร้าเขียวในการจัดซื้อจัดจ้าง ทำให้มีจำนวนสินค้าที่ขอขึ้นทะเบียนในฐานข้อมูลสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และมีจำนวนหน่วยงานของรัฐ</li> </ul>	<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรของหน่วยงานได้ใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น พัสตูล้างจาน เคมีล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน น้ำมันเครื่องบางยี่ห้อที่มีคุณภาพดีได้มาตรฐาน ISO มีประสิทธิภาพรวมไปถึงขั้นตอนการกำจัด เส้นใยเสื้อผ้าที่เป็น Eco mode ทำให้ไม่ต้องรีดผ้า กระจายชำระที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คั้นเส้นใยให้ธรรมชาติย่อยสลายได้ง่าย 30% (แม้จะไม่ได้ถึง 100% ก็ตาม) เป็นต้น</li> <li>- ส่งผลดีต่อสุขภาพ เช่น กระจายถนนอมสายตาหมึกพิมพ์ฝุ่นน้อย เป็นต้น</li> </ul>



<p>ประเภทต่าง ๆ ที่จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการเหล่านี้มากขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีข้อกำหนดในเรื่องนี้ร่วมกับกรมบัญชีกลาง เพื่อให้มีการจัดซื้อจัดจ้าง (บริโภค) โดยหน่วยงานภาครัฐ (GPP หรือ Green Public Procurement)</li> <li>- สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีราคาต่ำลง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อมจากการจัดซื้อสินค้า</li> <li>- มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</li> <li>- มีการดำเนินการจัดซื้อสินค้าลักษณะนี้ทุกปีต่อเนื่อง</li> <li>- ใช้เงินงบประมาณลดลงในระยะยาว เพราะสินค้าบางอย่างมีมาตรฐานคุณภาพพร้อมกับส่งผลดีต่อสุขภาพ</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีจำนวนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และมีจำนวนหน่วยงานของรัฐประเภทต่าง ๆ ที่จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการเหล่านี้มากขึ้น ซึ่งเป็นฐานสำหรับการกำหนดเป้าหมายที่สูงขึ้น ในร่างแผนปฏิบัติการในปี 2564 -2565</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขยายเป้าหมายโดยตั้งเป้าหมายและมีการดำเนินการเพิ่มจำนวนหน่วยงานทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชนให้เข้าร่วมมากขึ้นกว่าระยะที่ผ่านมา</li> <li>- ขยายจำนวนและ supply chain ออกไปจนถึงภาคเอกชน และประชาชน โดยดำเนินการร่วมกันกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น สภาหอการค้าไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย เป็นต้น</li> </ul> </li> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม) <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีลักษณะเป็นเชิงรุกมากขึ้น ดังเห็นได้จากมุ่งกระตุ้นกลไกการตลาดโดยหน่วยงานภาครัฐประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นผู้บริโภครายใหญ่โดยมีลักษณะริเริ่มออกกฎระเบียบพัสดุเกี่ยวกับสินค้าและบริการประเภทนี้ การจัดประชุมและสัมมนาต่าง ๆ ทั้งส่วนที่กรมฯ จัดเอง และส่วนที่ไปร่วมกับหน่วยงานอื่น มีการเพิ่มโครงการที่เป็น Green Office ใส่เข้าไป</li> </ul> </li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้แจ้งให้บุคลากรในหน่วยงานทราบนโยบายและการดำเนินการจัดซื้อฯ สินค้าลักษณะนี้</li> <li>- เผยแพร่แนวคิดและวิธีการดำเนินงานให้แก่บุคลากรในหน่วยงานของตนเองและหน่วยงานอื่น</li> <li>- มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และประโยชน์จากสินค้าลักษณะนี้</li> <li>- สามารถดำเนินการจัดทำ TOR รายการสินค้าที่จัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>- บุคลากรเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</li> <li>- นำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันสำหรับตนเอง และครอบครัว</li> </ul> </li> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- จากเดิมที่จัดซื้อฯ สินค้าทั่วไป เปลี่ยนเป็นมาดำเนินการจัดซื้อตามรายการสินค้าที่จัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>- จัดซื้อสินค้าที่จัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- แต่ละส่วนงาน / ฝ่ายได้นำไปปฏิบัติตามโครงการนี้ และรายงานการดำเนินการกลับมา</li> <li>- เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานส่วนหนึ่งหันมาใช้สินค้าลักษณะนี้ซึ่งจัดซื้อมาใช้ร่วมกัน แต่เจ้าหน้าที่อีกส่วนหนึ่งไม่เปลี่ยนพฤติกรรมยังคงใช้สินค้าทั่วไป</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม / เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการกำหนดเป้าหมายใหม่ที่สูงขึ้นเป็นร้อยละของสินค้าและบริการประเภทนี้ และร้อยละของมูลค่าสินค้าและบริการประเภทนี้ เพิ่มจำนวนหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการฯ</li> </ul>	



<ul style="list-style-type: none"> <li>- ในโครงการอื่น ๆ ของกระทรวงมีการกำหนดเกณฑ์ส่งเสริมด้านต่าง ๆ โดยได้แทรกหรือผนวกเรื่องฉลากเขียวเข้าไว้ด้วย เช่น Green Hotel รวมการให้ความใส่ใจหรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากเขียวของโครงการฯ นี้</li> <li>- การอบรมทางออนไลน์</li> <li>- การจัดทำฐานข้อมูลให้หน่วยงานต่าง ๆ และภาคประชาชนเข้ามาดูข้อมูลได้</li> <li>- กำลังเริ่มต้น (กุมภาพันธ์ 2563) ทำโครงการกับองค์กรของเยอรมัน GIZ โดยกรมฯ รับทุนมาขยายการส่งเสริมฯ ให้มีและใช้ฉลากที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมออกไปสู่ต่างประเทศได้แก่ เมียนมา ลาว เวียดนาม กัมพูชา ภูฏาน ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างของนโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (มีเพียงเวียดนามที่มีระบบฉลากสิ่งแวดล้อม)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ค่อยให้ความสนใจและไม่ค่อยชอบใช้สินค้าลักษณะนี้เพราะด้อยคุณภาพและขึ้นอยู่กับกงคั้งในการคัดกรองจัดหาสินค้าในลักษณะนี้มาให้ใช้ประโยชน์</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- เห็นได้จากการนำผลดำเนินงานไปพัฒนาวางแผนปฏิบัติการฯ 2564-65 กำหนดจำนวนรายการสินค้าและรายการบริการฯ มากขึ้นสำหรับให้ทุกหน่วยงานของรัฐจัดซื้อจัดจ้างมากยิ่งขึ้น (เช่น หน่วยงานของรัฐ 6 รายการ อปท. 5 รายการ) รวมทั้งร้อยละมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างของสินค้าและบริการเหล่านั้นด้วย และกำหนดเป้าหมายร้อยละของหน่วยงานที่เข้าร่วมให้มากขึ้น (เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในปี 2563 ร้อยละ 36 ในปี 2564 ร้อยละ 40) โดยมีการพิจารณาหน่วยงานที่เข้าร่วมและหน่วยงานที่รายงานผลการจัดซื้อจัดจ้างฯ</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>	
<b>ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<p>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พึงพอใจกับกระบวนการจัดซื้อฯ ประโยชน์ที่ได้รับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คุณภาพสินค้าพอรับได้ จึงจัดซื้อมาตลอด ไม่ได้เปลี่ยนไปจัดซื้อสินค้าอื่น</li> <li>- รายการสินค้ามีความเหมาะสม คุณภาพดีมีมาตรฐาน เป็นทางเลือกของการจัดซื้อและการนำสินค้าดีมาใช้ประโยชน์</li> <li>- พึงพอใจกับแนวคิด กระบวนการ และผลที่ได้รับจากสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีคุณภาพดี เช่น กระดาษ ปากกา หมึกพิมพ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



<p>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความต้องการผลที่ได้รับจากสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่ละกอง/ หน่วยงานย่อยและบุคคลมีความต้องการไม่เหมือนกัน</li> </ul> <p>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คาดหวังต่อผลที่ได้รับ</li> <li>- คาดหวังให้เจ้าหน้าที่ใช้สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>- คาดหวังให้เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</li> </ul> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลที่เกิดขึ้นอยู่ระดับดี ในแง่ของคุณภาพชีวิตของบุคลากรและคุณภาพสิ่งแวดล้อม</li> <li>- ทำให้บุคลากรของหน่วยงานได้รับประโยชน์จากสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยผ่านกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในโครงการฯ นี้</li> <li>- โครงการฯ นี้มีแนวคิดและวัตถุประสงค์ที่ดี แต่ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยซึ่งจะทำให้โครงการฯ นี้ส่งผลดีต่อคุณภาพชีวิตของบุคลากรและสิ่งแวดล้อมได้อย่างแท้จริง</li> <li>- สำหรับสินค้าในลักษณะนี้บางตัวที่จัดซื้อได้ จะจัดซื้อต่อไป</li> <li>- ทำงานด้วยความประหยัด คุ่มค่า ตระหนักรู้ มีจิตสำนึกเป็นต้นแบบให้กับคนอื่นและหน่วยงานอื่นเห็น</li> </ul>	
--	--

**ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)**

ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)	ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)
<p>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเภทสินค้ายังคงไม่มาก ยังแคบอยู่</li> <li>- ประเภทสินค้าและบริการที่มีผู้เข้าร่วมยังคงไม่มากเท่าที่ควร มีเพียง 21 ประเภทที่เข้าร่วม จากทั้งหมด 36 ประเภท</li> <li>- บางพื้นที่ในต่างจังหวัดไม่มีสินค้าประเภทนี้ขายอยู่ในตลาด</li> <li>- แม้ว่างุระเบียบจะเอื้อให้มีสินค้าประเภทนี้มากขึ้น แต่ยังมีบริษัทเอกชนยังต้องปรับตัวตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ซึ่งต้องมีการรายงานผล จึงมีภาคเอกชนทั้งเข้าร่วมและไม่เข้าร่วม</li> </ul>	<p>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรในหน่วยงานบางส่วนไม่น่าจะเข้าใจ เข้าไม่ถึงความสำคัญของสินค้าลักษณะนี้</li> <li>- สินค้ามีน้อยรายการ หลายประเภทไม่มีสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>- สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหายากหาซื้อและหาจ้างลำบากในท้องถิ่น เพราะมีลักษณะเฉพาะเจาะจง</li> </ul>



<p>ส่วนที่ไม่เข้าร่วมเห็นว่าต้องปฏิบัติตามเกณฑ์หลายขั้นตอนยุ่งยากในการรายงานผล และทำให้ราคาสินค้าสูงกว่าสินค้าของผู้ประกอบการที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p> <p>เพราะต้นทุนการผลิตบวกกับราคาค่าขอฉลากเขียวทำให้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวมค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะขั้นตอนการผลิต ทดสอบ ประเมิน รับรอง ซึ่งเป็นการมองผลกำไรมากกว่ารักษา ใสใจและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้องทดลอง/ ทดสอบทั้งของรัฐและเอกชนมีจำนวนน้อย ต้องมีการต่อคิว</li> <li>- งบประมาณทั้งปีเพียง 1 ล้านบาทบาท ไม่เพียงพอ จึงมีการขอรับฯ จากผู้อุปถัมภ์ภาคเอกชนมาด้วยส่วนหนึ่ง</li> <li>- บุคลากรน้อย ไม่อาจเพิ่มอัตรากำลังมากกว่านี้ได้</li> <li>- โครงการยังไม่เป็นที่รู้จัก และผู้ผลิตทั่วไปยังไม่ค่อยเข้าใจและไม่สนใจโครงการฯ นี้ เช่น บริการให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร บริการซ่อมรถ</li> <li>- โครงการฯ นี้มีหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีช่องว่างในการดูแลและติดตามของเจ้าหน้าที่</li> <li>- อำนาจหน้าที่ของกรมฯ มีจำกัด มีอำนาจแค่ขึ้นทะเบียนตามเกณฑ์ของกรมควบคุมมลพิษ</li> <li>- ติดขัดระเบียบกระทรวงการคลังและสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน เพราะสินค้าที่เป็นมิตรฯ ไม่ได้เป็นสินค้าที่ถูกที่สุด (ราคากลางๆ หรือไม่ก็แพงไปเลย)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สินค้าลักษณะนี้มีราคาแพงกว่าสินค้าทั่วไป แต่หากประมูลราคาแข่งขันทำให้ราคาสินค้าลดลง ซึ่งอยู่ในราคาที่รับได้ ไม่แพงมาก</li> <li>- รายการสินค้าที่ให้รายงานกับรายชื่อสินค้าที่จัดซื้อจัดจ้างไม่ตรงกัน</li> <li>- คุณภาพสินค้าไม่ได้ดีมากนัก อายุการใช้งานสั้น เช่น แฟ้มเก็บเอกสาร วัสดุโลหะที่ใช้เสียบกระดาษพังง่าย ไม่ทนทาน นำยาลบคำผิดไม่ค่อยมีคุณภาพมากนัก จึงทำให้ต้องสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากขึ้น มีเพียงสินค้าบางยี่ห้อที่มีคุณภาพดี ใช้งานได้เหมาะสม</li> <li>- ในทางปฏิบัติ ก็ได้พิจารณาสินค้าที่ได้มาตรฐาน ISO สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากนักประมาณเพียงร้อยละ 50 ของเจ้าหน้าที่ทั้งหมดที่ทราบเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>- ผู้ประกอบการต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในการยื่นขอฉลากเขียว โดยมองว่าไม่คุ้มค่า หลายรายที่เคยได้ฉลากเขียวมาจึงเลือกที่จะไม่ต่ออายุฉลาก และสังเกตว่ามีราคาแพงขึ้นกว่าเดิม</li> <li>- ผู้ตรวจประเมินฯ (มหาวิทยาลัย) นำประเด็นการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (GPP) มาเป็นตัวชี้วัดคุณภาพ แม้ได้บอกว่าจะไม่ใช้ประเด็นสำคัญ แต่ก็ถูกผู้ตรวจประเมินฯ หักคะแนน เช่น จากสบู่มือล้างมือที่ไม่มีฉลากเขียว โดยผู้ตรวจประเมินตามตัวชี้วัดว่า สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต้องไม่มีกลิ่นหอม ไม่มีสี ทั้ง ๆ ที่สินค้านั้นทุกสีได้รับการรับรองว่าเป็นสินค้าประเภท food grade</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อกำหนดของโครงการฯ เป็นแบบสมัครใจ ขอความร่วมมือไม่ได้บังคับให้ทำ จึงอาศัยหลายหน่วยงานพันธมิตรให้แทรกเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในข้อกำหนดของหน่วยงานดังกล่าว</li> <li>- ในร่างแผนปฏิบัติการ ปี พ.ศ. 2564 – 2565 กำหนดเป้าหมายให้ภาคเอกชนเข้าร่วมมากขึ้น</li> </ul>	
<p>2. การรายงานผลการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนบางส่วนเห็นว่าการรายงานการดำเนินการมาที่ฝ่ายบริหารโครงการเป็นเรื่องยุ่งยาก ต้องใช้เวลานานหลายขั้นตอนในการเก็บข้อมูล เพื่อนำมาใส่รายละเอียดลงในแบบรายงานฯ ทีละอย่าง ทีละขั้นตอนตามชนิดและประเภทสินค้า จึงทำให้ไม่ต้องการกรอกแบบรายงานฯ ขาดแรงจูงใจในการดำเนินการขั้นตอนต่าง ๆ ในการรายงานผลการดำเนินงาน หรือไม่ได้เปิดเผยข้อมูลหลายอย่างซึ่งอาจ</li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความต้องการใช้สินค้าลักษณะนี้ของหน่วยงานส่วนงานภายในมีขอบเขตจำกัด แตกต่างกันไปทำให้ยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร</li> <li>- ยังมีข้อจำกัดในการทำให้ทุกหน่วยงานภายในใช้สินค้าและบริการในลักษณะนี้อย่างแพร่หลาย เพราะปัญหาอุปสรรคเรื่องคุณภาพที่ไม่ได้ดีมากและมีจำนวนชนิดสินค้าที่จำกัด ไม่มากนักดังกล่าวข้างต้น</li> </ul>



<p>ทำให้ถูกเรียกเก็บภาษี เช่น SCG เห็นว่า การที่บริษัทต้องรายงานยอดขายกระดาษ ต้องให้ข้อมูลเยอะและส่งผลกระทบในทางที่ไม่ดีต่อบริษัท</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ฐานข้อมูลของโครงการฯ ไม่ยืดหยุ่น การรายงานและค้นหาทำได้ยาก</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการฯ บางส่วนไม่ทราบว่าต้องรายงานขณะที่ใบเสนอราคา ใบเสร็จมีรายละเอียดไม่ครบถ้วนสำหรับการรายงาน เช่น ไม่ได้ระบุยี่ห้อ รุ่น ขนาด ฯลฯ</li> <li>- การรายงานยังต้องรองรับการรายงานแบบ offline ซึ่งใช้เครื่องพิมพ์ดีด ไฟล์ excel ถ่ายรูป และการรายงานแบบ online ทั้งประเทศ บางส่วนไม่สะดวกใช้คอมพิวเตอร์</li> <li>- การกำหนดให้รายงานทั้งสินค้าและบริการที่ไม่เป็นมิตรและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อจะได้รู้สัดส่วน เช่น โทรศัพท์มือถือยี่ห้อ Samsung ราคาถูกแต่เป็นสินค้าที่ไม่เป็นมิตรฯ</li> </ul>	
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่ได้มีการดำเนินการความร่วมมือกับโครงการของหน่วยงานอื่นที่เข้าข่ายอยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ฯ</li> </ul>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่วนงานที่จัดซื้อเป็นเพียงศูนย์กลางของพัสดุกลางขึ้นอยู่กับความต้องการสินค้าลักษณะนี้ของส่วนงานหรือหน่วยงานภายในต่าง ๆ</li> <li>- การใช้สินค้าและบริการลักษณะนี้ไม่ค่อยได้รับความนิยมนและแพร่หลายมากนัก</li> <li>- ขาดการประชาสัมพันธ์</li> <li>- บุคลากร (เฉพาะบางหน่วยงานฯ) เพียงประมาณร้อยละ 50 ที่ได้ใช้และให้ความสำคัญกับโครงการนี้</li> <li>- เฉพาะผู้บริหารและฝ่ายจัดซื้อที่รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (GPP) และ Green Products</li> <li>- สินค้าที่ได้รับเครื่องหมายรับรองตามมาตรฐาน FCC หรือแม้แต่สินค้าที่อ้างว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ได้ส่งผลดีต่อสุขภาพจริง หรือไม่มีคุณสมบัติตามที่กล่าวอ้างในโฆษณา จึงต้องระวังเพราะอาจไม่ส่งผลดีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างแท้จริง</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	



	- การปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของภาคเอกชน ผู้ให้บริการเป็นเรื่องลำบาก ต้องใช้เวลานาน
ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ	
สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)	สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีกลไกที่มีกฎระเบียบใช้บังคับกับการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการประเภทนี้ให้ชัดเจนขึ้น และกรมฯ รองรับระบบงาน</li> <li>- ควรส่งเสริม ผลักดันให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการนี้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ไม่มีผู้เข้าร่วม ให้เข้ามาเริ่มต้นการขอฉลากตะกร้าเขียว ซึ่งทางกรมฯ ดำเนินการเองในสินค้า 6 กลุ่มตามเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติของกรมไม่ต้องไปทดสอบภายนอกก็องค์กรเอกชนหรือกรมวิทยาศาสตร์บริการ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนเข้ามายื่นขอฉลากเขียว (<a href="http://gp.pcd.go.th">http://gp.pcd.go.th</a>)</li> <li>- ควรปรับความรู้และความเข้าใจของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค (หน่วยงานของรัฐ อปท. ฯลฯ) เกี่ยวกับสินค้าและบริการประเภทนี้</li> <li>- ควรดำเนินการต่อไปในการผนวกฉลากอื่น ๆ ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนที่ใช้กับสินค้าและบริการ (เช่น Green Exhibition, Green Meeting) โดยให้ขับเคลื่อนไปด้วยกัน เพิ่มฉลากที่แสดงว่า ได้รับการรับรองว่าเป็นสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจไปร่วมกับ สมอ. ในการออกฉลากเขียวและ มอก. โดยอาจออกเป็น มอก. ด้านสิ่งแวดล้อม</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการจำต้องเก็บข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าที่มีฉลากเขียวให้มากขึ้น ควรติดตามยอดขาย และควรต้องดำเนินมาตรการเพิ่มเติมให้รายงานข้อมูลเข้ามาให้มากขึ้นกว่าที่ผ่านมา เพื่อให้เห็นภาพรวมทั้งประเทศ เช่น แจกไป 2,000 หน่วยงาน ส่งกลับมาเพียง 300 - 400 หน่วยงาน</li> <li>- ควรตั้งรื้อผู้ทำระบบฐานข้อมูล (เชิงเทคนิค) ให้มีระบบที่สามารถแก้ไขปรับปรุงระบบได้ และให้มีการจ้างที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนี้</li> <li>- ควรประชาสัมพันธ์โครงการฯ นี้ สินค้าและบริการประเภทนี้ให้มากขึ้น ในแง่ทำให้ประหยัดทรัพยากร</li> </ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรทำการประชาสัมพันธ์และรณรงค์ให้เข้าถึงบุคลากรมากขึ้น ทำให้รู้จักและเข้าใจ ให้มีความสำคัญและใส่ใจที่จะใช้สินค้าลักษณะนี้มากขึ้น</li> <li>- ต้องมีอะไรมาบังคับหรือเตือนให้จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการลักษณะนี้</li> <li>- ควรมีความตั้งใจที่มากพอให้มีการจัดซื้อฯ และมีการใช้สินค้าลักษณะนี้มากขึ้น ซึ่งจะตอบสนองต่อแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงและมากขึ้น</li> <li>- ควรทำให้สินค้าลักษณะนี้ในโครงการฯ แพร่หลายมากขึ้น</li> <li>- ควรมีสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในตลาดให้มากขึ้น ให้สามารถเข้าร่วมในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐได้มากขึ้น จึงจะทำให้เกิดการซื้อขายคล่อง</li> <li>- รายการสินค้าที่ให้รายงานควรจะตรงกันกับรายชื่อสินค้าที่จัดซื้อจัดจ้าง</li> <li>- อาจขยายรายการสินค้าที่มียี่ห้อของต่างประเทศซึ่งได้รับการรับรองในด้านนี้ ขณะที่สินค้าชนิดหรือประเภทเดียวกันของไทย ยังไม่ได้รับการรับรอง</li> </ul>



<p>ไม่มีสารเคมีหรือวัสดุที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้ 80% ช่วยลดมลพิษก๊าซเรือนกระจก (เพราะค่าการปล่อยคาร์บอนต่ำ) กระตุ้นยอดขายสินค้าและบริการประเภทนี้ และส่งผลให้มีราคาถูกลง เพราะมีผู้ผลิตมาก ผู้เข้าร่วมโครงการมากขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนโครงการฯ</li></ul>	
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ควรประชาสัมพันธ์ (เช่น จัดประชุม สัมมนา) เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติให้รู้จักและเข้าใจมากขึ้น โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะได้ให้ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ</li><li>- โครงการฯ นี้เชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ฯ ความมองเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครบทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิต การขนส่ง การบริโภค การกำจัด</li><li>- ควรมีการดำเนินการความร่วมมือกับโครงการของหน่วยงานอื่นที่เข้าข่ายอยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ฯ นี้ เพื่อให้รู้ถึงความเชื่อมโยง ความซ้ำซ้อนหรือช่องว่าง และจะได้พัฒนาการดำเนินการโครงการที่เกิดประโยชน์ร่วมกัน ทำให้เกิดการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ สำเร็จลุล่วงและมีประสิทธิผล</li><li>- ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการส่งเสริมฯ มากขึ้น รวมทั้งให้แลกเปลี่ยนหรือส่งเสริมให้ส่งผู้แทนเข้าร่วมในแต่ละโครงการของหน่วยงานที่อยู่ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ นี้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างโอกาสให้ได้เรียนรู้ เกี่ยวกับโครงการของหน่วยงานดังกล่าว เพื่อที่จะได้เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย ให้ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในปัจจุบันและในอนาคตต่อโครงการของหน่วยงานดังกล่าวได้</li><li>- ควรต้องขับเคลื่อนให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติและระดับสากลต่อไป</li></ul>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ควรมีการดำเนินโครงการในลักษณะนี้ต่อไป เพราะผู้เข้าร่วมโครงการได้รับประโยชน์ทั้งด้านสุขภาพ การคุ้มครองผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม</li><li>- ควรส่งเสริมหรือทำให้โครงการนี้และโครงการอื่น ๆ ที่ส่งผลคุ้มครองผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อมให้แพร่หลายออกไปมากขึ้น</li><li>- ควรมีมาตรการออกมาหรือดำเนินการในหลายส่วนมากขึ้นเพื่อส่งผลต่อการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคตามเป้าหมายที่ตั้งไว้</li><li>- ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือจากหลายหน่วยงานและผู้จัดหาสินค้าและบริการให้เข้มข้นมากขึ้น</li></ul>



## โครงการที่ 4 โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System)

### ตารางที่ 5-6 โครงการที่ 4 โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ	
<p><b>ชื่อโครงการ</b> โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System) ศูนย์บริการประชาชน สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี</p> <p><b>ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b></p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค</p> <p>กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค</p> <p><b>ตัวชี้วัด :</b> มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกระบบ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน</p> <p><b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b></p>	
บริบทโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน โดยมีนโยบายและข้อสั่งการให้มีการเชื่อมโยงการดำเนินการเรื่องร้องทุกข์กับทุกหน่วยงาน เพื่อให้การแก้ไขปัญหาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพพบนมาตรฐานเดียวกัน โดยได้บรรจุโครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System) ไว้ในแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561 – 2580) และแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559 - 2561) และมอบหมายให้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นผู้รับผิดชอบโครงการดังกล่าว สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีได้กำหนดเป้าหมายให้ทุกส่วนราชการเข้าร่วมใช้งานระบบการจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ (ระบบกลาง) ที่ได้พัฒนาขึ้นเพื่อการดำเนินการเรื่องร้องทุกข์เป็นมาตรฐานเดียวกัน ข้อมูลเรื่องร้องทุกข์จากทั่วประเทศ ถูกจัดเก็บอยู่ในฐานข้อมูลรวม ซึ่งจะเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการยื่นเรื่องและติดตามผลเรื่องร้องทุกข์ รวมทั้งทำให้การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์สามารถดำเนินการได้รวดเร็วขึ้นกับช่วยลดปัญหาความซ้ำซ้อนของการร้องเรียน นอกจากนี้ยังสามารถประมวลผลนำเสนอเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในระดับนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ul>	<p>โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System) เป็นโครงการที่เป้าหมายในการรวมฐานข้อมูลเรื่องร้องทุกข์กับส่วนราชการที่มีระบบฐานข้อมูลเรื่องร้องทุกข์เป็นของตนเอง ซึ่งจากการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลสำเร็จของโครงการขึ้นอยู่กับความพร้อมของหน่วยงานภายนอก ซึ่งหากผู้บริหารของหน่วยงานไม่มีนโยบายในการเชื่อมโยงข้อมูลก็ไม่สามารถดำเนินการได้สำเร็จโดยง่ายรวมทั้งหากหน่วยงานไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาเครื่องมือ (Web service) สำหรับเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบการจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีก็ไม่สามารถดำเนินการให้สำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมตามแผนที่กำหนดได้</li> <li>- หน่วยงานขาดทีมที่จะร่วมขับเคลื่อนการเชื่อมโยงข้อมูลให้สำเร็จผลและไม่ได้กำหนดเป็นแผนการดำเนินการที่ชัดเจน ทำให้ไม่ได้มีการกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางเพื่อเกิดผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม</li> <li>- หน่วยงานที่ไม่มีระบบสารสนเทศการบริหารจัดการเรื่องร้องทุกข์เป็นของตนเอง ไม่เข้าร่วมใช้งานระบบการจัดการเรื่องร้องทุกข์ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กล่าวคือกรณีที่หน่วยงานเป็นผู้รับเรื่องร้องทุกข์เอง หากแต่ไม่ได้นำเข้าสู่ข้อมูลเรื่องในระบบการจัดการเรื่องร้องทุกข์ ส่งผลให้ไม่สามารถรวบรวมข้อมูลเรื่องร้องทุกข์ไว้ในฐานข้อมูลเดียวกันได้</li> </ul>





<p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนได้ยื่นเรื่องร้องทุกข์ เพื่อให้ส่วนราชการที่มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการแก้ไขปัญหา หากแต่พบว่าการดำเนินการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะแยกกันดำเนินการ ขาดการบูรณาการ การแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ทั้งด้านข้อมูลและความร่วมมือ ส่งผลให้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน เกิดความล่าช้า ประชาชนไม่ได้รับการแจ้งผลการดำเนินการต้องไปร้องเรียนในหลายหน่วยงาน เกิดความซ้ำซ้อนเพิ่มมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บางหน่วยงานขาดบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือไม่สามารถพัฒนาระบบด้วยตนเองได้อีกทั้งหน่วยงานยังขาดงบประมาณสำหรับการพัฒนาระบบให้สามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่าน Web Service ได้</li> <li>- หน่วยงานที่เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วย Web Service ยังมีได้ดำเนินการส่งข้อมูลที่หน่วยงานเป็นผู้รับเรื่องเองมาจัดเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูลกลาง ทั้งนี้ อาจมีความกังวลเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หรือข้อจำกัดด้านนโยบายของหน่วยงาน</li> <li>- บางหน่วยงานมีการเปลี่ยนแปลงผู้ประสานงานเรื่องร้องทุกข์ (Contact Point) บ่อยครั้ง ทำให้การส่งต่อ/มอบหมายงานขาดความต่อเนื่อง หรือมิได้ดำเนินการตามแนวทางเดิมที่เคยปฏิบัติ</li> <li>- การดำเนินการเรื่องร้องทุกข์ให้ได้ช้อยู่โดยเร็วและเป็นธรรม ควรกำหนดให้มีการจัดทำตัวชี้วัดการดำเนินการเรื่องร้องทุกข์ เพื่อประเมินประสิทธิภาพในการให้บริการ</li> <li>- การเชื่อมโยงฐานข้อมูลเรื่องร้องทุกข์ เนื่องจากหน่วยงานมีการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบที่แตกต่างกัน จึงมีการหาหรือทางเทคนิค ซึ่งค่อนข้างใช้เวลา ประกอบกับเป้าหมายที่ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาลกำหนดจะเชื่อมโยงข้อมูลกับบางหน่วยงาน ในขณะที่นั้นยังมีปัญหาเรื่องงบประมาณในการพัฒนาระบบให้สอดคล้องกับระบบการจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ของศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล เป็นต้น</li> </ul>
<b>ข้อมูลโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อให้ข้อมูลเรื่องร้องทุกข์จากทั่วประเทศถูกจัดเก็บอยู่ในฐานข้อมูลรวม ลดปัญหาความซ้ำซ้อน สามารถประมวลผลนำเสนอเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในระดับนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัญหาของประชาชนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ</li> </ul> </li> <li>• ระยะเวลาดำเนินการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 - 2563</li> </ul> </li> <li>• งบประมาณ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> <li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ศูนย์บริการประชาชน สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี</li> </ul> </li> <li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย             <ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานและประชาชนผู้รับบริการ/ ผู้เข้าใช้งานระบบการจัดการเรื่องราวร้องทุกข์</li> </ul> </li> <li>• ผลลัพธ์ของโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่วนราชการสามารถเข้าร่วมใช้งานระบบฐานข้อมูลสารสนเทศการจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>- ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว</li> <li>- การประมวลผลข้อมูลเรื่องร้องทุกข์ในภาพรวมมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปสู่การตัดสินใจ และหรือพัฒนานโยบายของภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ</li> </ul> </li> <li>• ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความพึงพอใจของประชาชนต่อการดำเนินการเรื่องร้องทุกข์ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี คิดเป็นร้อยละ 82.25</li> </ul> </li> <li>• ตัวชี้วัดโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนหน่วยงานที่สามารถดำเนินการเชื่อมโยงและหรือเข้าร่วมใช้งานระบบการจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ได้ (ค่าเป้าหมาย 5 หน่วยงาน)</li> </ul> </li> </ul> <p>ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีได้กำหนดตัวชี้วัดในระดับหน่วยงาน “ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องทุกข์ที่ดำเนินการจนได้ข้อยุติ” หากพิจารณาจากตัวชี้วัดกับผลสำเร็จของการดำเนินโครงการดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการดำเนินการจนได้ผลเป็นที่ยุติ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินการแก้ไขปัญหาของหน่วยงาน ที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของตัวชี้วัดนี้ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดกับการดำเนินการโครงการ ยังไม่ได้เป็นผลผลักดันความสำเร็จของตัวชี้วัดนี้โดยตรง</li> </ul>	
<p><b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<p>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีปัญหาในเรื่องการเผาถ่านกับข้างบ้าน</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีปัญหาในเรื่องการขอคืนภาษีที่ใช้ระยะเวลานานในการตอบกลับ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีปัญหาในการขายลอตเตอรี่ไม่ได้ในช่วงไวรัสโควิด 19</li> </ul> <p>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการติดต่อโดยการโทรที่สายด่วน และมีหน่วยงานแจ้งแนะนำให้ผู้รู้จักศูนย์บริการประชาชน สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b>	
<b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์ระหว่างหน่วยงานที่มีการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์กับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กระทรวงเกษตร และสหกรณ์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำให้ทางหน่วยงานเห็นปัญหาและให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น</li> <li>- มีเจ้าหน้าที่จาก อบต. ฝ่ายกฎหมาย และศูนย์ดำรงธรรมประจำตำบลมาดูแลช่วยเหลือว่ากล่าวตักเตือน</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตามเป้าหมายเดิมกำหนดจะเชื่อมโยงฐานข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์กับศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย หากแต่ไม่สามารถดำเนินการได้ทันกำหนดเวลา</li> <li>- การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์ระหว่างหน่วยงานจะช่วยลดความซ้ำซ้อน ลดภาระการดำเนินงานเรื่องราวร้องทุกข์ให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ อีกทั้งยังสามารถประมวลเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในระดับต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นจากการดำเนินการโครงการดังกล่าวได้ส่งผลให้</li> <li>- เกิดการรวมฐานข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์ของหน่วยงานที่มีระบบอย่างมีนัยสำคัญต่อการประมวลผลและวิเคราะห์ผลเพื่อกำหนดเป็นนโยบายในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนในภาพรวมของประเทศ</li> <li>- ผู้บริหาร/ผู้กำหนดนโยบายมีข้อมูลประกอบการพิจารณาตัดสินใจที่เชื่อถือได้ และสามารถใช้อ้างอิงข้อมูลในการกำกับติดตามเรื่องราวร้องทุกข์จากส่วนราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>- ปัญหาของประชาชนได้รับการแก้ไขจากหน่วยงานที่รับผิดชอบได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งหน่วยงานสามารถตรวจสอบความซ้ำซ้อนของเรื่องราวร้องทุกข์ได้อย่างรวดเร็ว</li> <li>- ระบบที่มีประสิทธิภาพจะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน / การแก้ไขปัญหา ให้กับเจ้าหน้าที่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



<p>ผู้ปฏิบัติงาน โดยเป็นการลดขั้นตอน ระยะเวลาในการประสานงาน การจัดทำเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งลดการใช้กระดาษ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดการใช้งบประมาณเพื่อพัฒนาให้มีระบบการบริหารจัดการ เรื่องร้องทุกข์ของส่วนราชการ เนื่องจากหน่วยงานสามารถ เข้าร่วมใช้งานระบบการจัดการของสำนักงานปลัดสำนัก นายกรัฐมนตรีได้</li> <li>- ประชาชนสามารถยื่นเรื่องร้องทุกข์และติดตามเรื่องร้องทุกข์ ของตนเองได้ผ่านช่องทางที่กำหนด</li> </ul>	
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจาก การดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีหน่วยงานประสงค์ที่จะเข้าร่วมดำเนินการเชื่อมโยง ฐานข้อมูลเรื่องร้องทุกข์เพิ่มขึ้น แต่อยู่ระหว่างการพัฒนา ปรับปรุงระบบของหน่วยงานเอง ซึ่งยังไม่สามารถกำหนด ระยะเวลาแล้วเสร็จได้</li> </ul> </li> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะการดำเนินโครงการเชิงรุก เช่น การขอให้ส่วนราชการ กำหนดให้มีผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานเป็นผู้นำการ ดำเนินการเรื่องร้องทุกข์ (CCEO) เพื่อกำกับติดตามผลการ ดำเนินงานแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน เป็นต้น</li> </ul> </li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการปรับแก้ไขในการเรียน การหาทางออกเรื่อง ทุนการศึกษา</li> </ul> </li> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการปรับตัวขึ้น และไม่เข้าใจบางฝ่ายที่เข้มงวดมากไป</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม/ เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กำหนดให้มีแนวทางการติดตามเรื่องได้ด้วยตนเอง โดยประชาชน สามารถใช้รหัสเรื่องที่ได้รับแจ้งจากสำนักงานปลัดสำนัก นายกรัฐมนตรี จึงเข้ามาดำเนินการติดตามผ่าน 2 ช่องทางที่ กำหนดได้แก่ เว็บไซต์ และ แอปพลิเคชัน PSC 1111 ซึ่งใน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี จะพัฒนาช่องทางการติดตามเรื่องให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น</li> </ul>	
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p><b>ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>	
<p><b>ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>
<p>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในการเข้าไปคุยมากขึ้น ได้รับการเปลี่ยนทัศนคติมากขึ้น ซึ่งมีเจ้าหน้าที่เข้ามาดูแลจริงจัง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



<p>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการอยากให้มีการประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่เดือดร้อนมีปัญหาให้ทราบช่องทางในการร้องเรียนช่องทางการให้ข้อมูล และช่องทาง Online</li> </ul> <p>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาที่เกิดขึ้นกับประชาชนได้รับการแก้ไขทันทีที่ และคาดหวังให้ดีขึ้นในแง่มุมต่าง ๆ ทั้ง 2 ฝ่าย</li> </ul> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการศึกษาและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้กับภาคประชาชน รวมถึงกระบวนการทำงานภาครัฐ ทำให้ประชาชนทั่วไปรู้สึกว่ามีคนดูแลและใส่ใจ</li> <li>- โทรเบอร์นี้กับโครงการนี้ช่วยเหลือได้จริง</li> </ul>	
---	--

**ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)**

<p><b>ปัญหาและอุปสรรค</b> (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</p>	<p><b>ปัญหาและอุปสรรค</b> (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</p>
<p>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นการกำหนดโครงการที่ต้องอิงกรอบภารกิจของ สคบ. เป็นหลัก ซึ่งบางครั้งเป็นการดำเนินการในเชิงรายละเอียดที่หน่วยงานส่วนใหญ่อาจไม่มีข้อมูลที่จะสามารถตอบเชิงลึกในระดับตัวชี้วัดของหน่วยงานได้</li> </ul>	<p>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หากสามารถดำเนินการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเรื่องร้องทุกข์ได้แล้วเสร็จหลายหน่วยงาน จะสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารในการกำหนดนโยบาย มาตรการ แนวทางแก้ไขปัญหาเรื่องต่าง ๆ ได้ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความสำคัญ</li> <li>- ควรกำหนดให้เป็นแผนงาน / โครงการรายปีที่ชัดเจน โดยให้หน่วยงานที่เข้าร่วมเป็นผู้กำหนดเป้าหมายการดำเนินการ/ ผลสัมฤทธิ์เอง โดยให้ยึดกรอบเป้าหมายของแผนเป็นหลัก และเห็นควรให้การนำโครงการเข้าสู่แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว เป็นกลไกที่ต้องขับเคลื่อนเพื่อให้ได้รับการจัดสรรงบประมาณ สำหรับดำเนินโครงการ</li> </ul>	
<p>2. การรายงานผลการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลการดำเนินการที่ได้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด หากแต่ต้องขึ้นอยู่กับความพร้อมของหน่วยงานภายนอก</li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



<p>โดยในส่วนของการเชื่อมโยงข้อมูลในระบบเป็นไปตามกรอบประเด็นที่หน่วยงานทั้งสองฝ่ายต้องการทราบและจำเป็นที่ต้องนำไปใช้ดำเนินการ</p>	
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>	
<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเชื่อมโยงฐานข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์ระหว่างหน่วยงาน ค่อนข้างใช้เวลา เนื่องจากรูปแบบการจับเก็บข้อมูลที่แตกต่างกัน และปัญหาด้านเทคนิคอื่น ๆ รวมถึงความพร้อมของหน่วยงานที่จะเชื่อมโยง</li> </ul>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เจ้าหน้าที่มีจำนวนน้อย ใช้เวลาดำเนินงานค่อนข้างมาก</li> <li>- ควรเพิ่มบุคลากรฝ่ายกฎหมายมาดูแลพื้นที่มากยิ่งขึ้น</li> <li>- กระบวนการทางกฎหมายที่จะเอาผิดต่อคนทำผิด</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเชื่อมโยงฐานข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์ระหว่างหน่วยงาน ค่อนข้างใช้เวลา เนื่องจากต้องมีการศึกษากระบวนการของระบบทั้งผู้ให้/ รับข้อมูล ซึ่งแต่ละหน่วยงานมีกระบวนการปฏิบัติที่แตกต่างกัน</li> </ul>	
<p><b>ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b></p>	
<p><b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของประชาชน)</b></p>
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรกำหนดให้เป็นแผนงาน/ โครงการรายปีที่ชัดเจน โดยให้หน่วยงานที่เข้าร่วมเป็นผู้กำหนดเป้าหมายการดำเนินการ/ ผลสัมฤทธิ์เอง โดยให้ยึดกรอบเป้าหมายของแผนเป็นหลัก และเห็นควรให้การนำโครงการเข้าสู่แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว เป็นกลไกที่ต้องขับเคลื่อน เพื่อให้ได้รับการจัดสรรงบประมาณ สำหรับดำเนินโครงการ</li> </ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบ</li> <li>- ควรมีการจัดส่งเอกสารให้มีความรวดเร็วขึ้น</li> </ul>
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีกำลังมีแผนที่จะพัฒนาระบบติดตามเรื่องร้องทุกข์ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 โดยจะขอความร่วมมือหน่วยงานที่เป็นเครือข่ายผู้ปฏิบัติงานเรื่องร้องทุกข์ (Contact Point) เพื่อกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ในแต่ละประเภทเรื่องร้องทุกข์ เนื่องจากประชาชนต้องการตรวจสอบสถานะเรื่องของตนเองได้</li> <li>- ควรมีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนแผนในภาพรวมตามห้วงระยะเวลา นอกจากนี้ สคบ. ควรเป็นกลไกกลางในการสรุปรวบรวม</li> </ul>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรสำรวจความต้องการไปยังแต่ละบ้านหรือสู่มหรือใช้ E-question Online หรือให้คนที่สนใจอยากตอบ</li> </ul>



<p>และรายงานผลการดำเนินการในมิติที่เกี่ยวข้องกับ ผู้บริโภคและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนหรือสาธารณะ ได้รับทราบ เพื่อให้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของ การเป็นเจ้าภาพในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ชาติฯ และหากกรณีที่ต้องแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ในภาพรวม สคบ. ควรต้องเป็นผู้ดำเนินการเสนอเป็น นโยบายให้กับรัฐบาล/ กรม. เป็นผู้พิจารณาตัดสินใจ กำหนดเป็นนโยบายแก้ไขปัญหาในภาพรวมต่อไป</p>	
---	--





**โครงการที่ 5 โครงการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center)**  
**ตารางที่ 5-7 โครงการที่ 5 โครงการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center)**

<b>ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ</b>	
<p><b>ชื่อโครงการ</b> โครงการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือสพธอ. (ETDA) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม</p> <p><b>ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) จัดทำบทวิเคราะห์</b> สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย (ตามกลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค)</p> <p><b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) จัดทำบทวิเคราะห์</b> สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย</p>	
<b>บริบทโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จากความเปลี่ยนแปลงของกระแสเทคโนโลยีดิจิทัล พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียของคนไทยที่เพิ่มมากขึ้นย่อมมีโอกาสเกิดปัญหาจากการใช้เทคโนโลยีอย่างปฏิเสธไม่ได้ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) เล็งเห็นความสำคัญในการสร้างความตระหนักในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมั่นคงปลอดภัย จึงได้จัดตั้งศูนย์ OCC รับเรื่องร้องเรียน โดยเป็น Single Contact Point ในการรับแจ้งเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ หรือเบาะแสจากประชาชน ครอบคลุมทั้งปัญหาเว็บไซต์ผิดกฎหมาย ความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ ปัญหาการซื้อขายออนไลน์ รวมถึงปัญหาภัยคุกคามทางไซเบอร์</li> </ul> <p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>ปัญหาซื้อขายออนไลน์</b> ได้แก่ สินค้าล่าช้ากว่ากำหนด ไม่ได้รับสินค้า สินค้าไม่ครบตาม ที่สั่ง ได้รับสินค้าผิดสี ผิดขนาด ได้รับสินค้าชำรุด</li> <li>- <b>ปัญหา Website ผิดกฎหมาย</b> ได้แก่ เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาหมิ่นเบี่ยงสูง เว็บไซต์ที่มีเนื้อหา ลามกอนาจาร เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเป็นภัยต่อความมั่นคง เว็บไซต์การพนัน</li> <li>- <b>ปัญหาภัยคุกคามทางไซเบอร์</b> ได้แก่ Link ที่เกิดจากการเผยแพร่ไม่เหมาะสม ข้อมูลเท็จ เนื้อหาที่เป็นภัย การบุกรุก เจาะเข้าระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต</li> <li>- <b>ให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย ICT</b> ได้แก่ กฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ในฐานะที่เป็นผู้จัดการโครงการฯ นี้เห็นว่า การดำเนินงานของศูนย์ OCC รับเรื่องร้องเรียนปัญหาทางออนไลน์มีความสำคัญมากในสังคมในยุคปัจจุบัน เพราะมีภัยทางออนไลน์เกิดขึ้นมากมาย จึงต้องพัฒนาการดำเนินงานต่อไป</li> </ul>





ข้อมูลโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• วัตถุประสงค์<ul style="list-style-type: none"><li>- เพื่อเป็นศูนย์กลางรับเรื่องร้องเรียนและการให้ความช่วยเหลือประชาชนที่พบปัญหาจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยให้คำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น คัดกรองและประสานเรื่องไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบได้อย่างตรงกับขอบเขตการปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงาน</li><li>- เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</li></ul></li><li>• ระยะเวลาดำเนินการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 - ปัจจุบัน (ไม่มีกำหนดสิ้นสุด)</li></ul></li><li>• งบประมาณ<ul style="list-style-type: none"><li>- 2.9 ล้านบาท (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563)</li></ul></li><li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สทอ. (ETDA) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม</li></ul></li><li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย<ul style="list-style-type: none"><li>- ประชาชนทั่วไป หน่วยงานของรัฐและภาคเอกชน</li></ul></li><li>• ผลลัพธ์ของโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- สามารถจัดการกับปัญหาอันเกิดจากการทำธุรกรรมออนไลน์ โดยให้คำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ประสานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สถิติการใช้บริการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 (ต.ค. 2561 – ก.ย. 2562) จำนวน 39,592 กรณี โดยปัญหาที่พบบ่อยคือ ปัญหาจากการซื้อขายออนไลน์จำนวน 22,007 กรณีคิดเป็นร้อยละ 55.58 และปัญหาเว็บไซต์ผิดกฎหมายจำนวน 17,393 กรณี คิดเป็นร้อยละ 43.93</li></ul></li><li>• ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ผู้รับบริการพึงพอใจคิดเป็นร้อยละ 90 (ปีงบประมาณ 2562)</li></ul></li><li>• ตัวชี้วัดโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- จำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการจัดการแก้ไขปัญหาและประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การให้บริการรับเรื่องร้องเรียน ตลอด 24 ชั่วโมง</li></ul></li></ul> <p>ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- การมีช่องทางแจ้งเรื่องร้องเรียน (ยุคที่ 2 ของฐานข้อมูล)</li></ul>	<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>
<p><b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<p>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อมูล</li></ul>	<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>



<p>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b>	
<b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จากจำนวนกรณีร้องเรียนที่เข้ามามากขึ้น สามารถจัดการปัญหาในลักษณะต่าง ๆ อันเกิดจากรูรกรรมออนไลน์ สร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนและในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น</li> <li>- ช่วยเหลือประชาชนได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม มีจำนวนผู้ที่ได้รับการแก้ไขปัญหามากขึ้น</li> <li>- สามารถสนับสนุนหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนผ่านการเชื่อมโยงข้อมูล การใช้เครื่องมือ/ เทคโนโลยีเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาได้มากกว่าการใช้วิธีการแบบดั้งเดิม และใช้ระยะเวลาแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วขึ้น เช่น อย. ซึ่งเดิมใช้เวลาแก้ไขปัญหา 2-3 สัปดาห์ แต่ ETDA ใช้เวลาไม่เกิน 1 สัปดาห์</li> <li>- เกิดการพัฒนาศักยภาพ เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานด้วยแผนและกระบวนการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม/ กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ยังคงมีกลุ่มเป้าหมายเช่นเดิม มีจำนวนผู้ใช้บริการหลายภาคส่วนเพิ่มมากขึ้นทุกปี รวมถึงผู้ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาเพิ่มขึ้น แต่ขยายผลจาก 4 เรื่องคือ ปัญหาซื้อขายออนไลน์ ปัญหา Website ผิดกฎหมาย ปัญหาภัยคุกคามทางไซเบอร์ ให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย ICT ไปครอบคลุมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินงานทางออนไลน์ ซึ่งอาจจะทำผิดโดยไม่รู้ เช่น สั่งซื้อสินค้าจำนวนมากเข้ามาขายในไทยโดยไม่ขออนุญาตหรือปฏิบัติตามกฎหมายที่ใช้บังคับกับสินค้านั้น ๆ</li> </ul> </li> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม) <ul style="list-style-type: none"> <li>- จากงานเชิงรับในอดีตพัฒนามาเป็นการทำงานเชิงรุกผ่านช่องทางต่าง ๆ ในงานหลักทั้ง 4 ด้าน ในปี 2563 โดยผ่าน (1) ช่องทางสายด่วนโทร 1212 ตลอด 24 ชั่วโมง (2) อีเมล (1212@mdes.go.th) เว็บไซต์ (www.1212occ.com)</li> </ul> </li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul> </li> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul> </li> </ul>



<p>(3) แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ 1212 OCC (4) Chatboard เช่น Facebook Messenger ในลักษณะให้แนะนำและแก้ไขปัญหาโดยระงับข้อพิพาทกันระหว่างผู้เสียหายและผู้กระทำผิดที่หลอกลวงทางออนไลน์ นำมาระดมความคิดเห็นและวิเคราะห์วางแผนคุ้มครองผู้บริโภคประสานงานข้อมูลและจัดทำเป็นรายงานต่อผู้อำนวยการ ETDA และ สคบ. เป็นระยะ ๆ รวมถึงการจัดทำบทความทาง Facebook 1212 สื่อของ ETDA และ สคบ. เกี่ยวกับการเตือนภัยหรือให้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาการซื้อขายออนไลน์</p>	
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม / เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ช่วยไกล่เกลี่ยในส่วนที่เป็นเรื่องร้องเรียนหรือข้อพิพาทกันและหากไม่ประสบผลสำเร็จจึงส่งต่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบต่อไป</li><li>- ความเชื่อมโยงหรือการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานของรัฐเป็นไปในลักษณะที่กระชับ ชัดเจน และใกล้ชิดมากขึ้น ทั้งหน่วยงานย่อยภายในกระทรวง DES และข้ามหน่วยงานของรัฐ</li><li>- ใช้แนวทาง Social Listening เพื่อให้ทำงานเชิงรุกมากขึ้น และเป็นการพัฒนาเป้าหมาย ซึ่งเป็นการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพทางออนไลน์ที่มีศักยภาพและทำได้แบบไม่มีข้อจำกัด โดยการตั้งค่าคำสำคัญที่เข้าข่ายผิดกฎหมายใน URL ต่าง ๆ แล้วทำการกวาดข้อมูลมาตรวจสอบหรือสืบเสาะ รวมถึง E-market place / platform เช่น Lazada, Shopee เป็นต้น (ภายใต้กฎหมายของ สคบ./ อย./ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</li><li>- ใช้หลายช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนและการจัดการปัญหา ทั้งผ่าน Call Center, Chatboard และใช้เครื่องมือ/ เทคโนโลยีและระบบงานเข้าแก้ไขปัญหา</li><li>- สอดส่องโฆษณาบน Facebook โดยใช้ AI Report ซึ่งเป็นโครงการนำร่องการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น อาหารและยาปลอม (ภายใต้กฎหมายของ อย.)</li><li>- มีการจัดทำ Infographic สื่อประชาสัมพันธ์มากขึ้น ทั้งตามมติคณะรัฐมนตรีและบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) (รวมถึงทำให้กับ สคบ. ด้วย)</li></ul>	
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li></ul>	



ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ	
ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ
<ol style="list-style-type: none"><li>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น) - ไม่มีข้อมูล</li><li>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น) - ไม่มีข้อมูล</li><li>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น) - ไม่มีข้อมูล</li><li>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ - ไม่มีข้อมูล</li></ol>	<p>- ไม่มีข้อมูล</p>
ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)	
ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)	ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ - อำนาจหน้าที่ของ ETDA มีจำกัด โดยไม่มีอำนาจติดตามและดำเนินคดีต่อผู้กระทำผิดได้ ซึ่งต่างจากหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงเฉพาะเรื่อง เช่น อย. สคบ. เป็นต้น ซึ่งทำให้ปิดเคสไม่ได้และทำงานได้ไม่เต็มที่</li><li>- การดำเนินการสอดส่องปัญหาธุรกรรมทางออนไลน์ยังไม่ครอบคลุมถึง Line Application ซึ่งเป็นกลุ่มปิด</li><li>- หลังจากได้รับเรื่องและส่งต่อเรื่องร้องเรียน การติดตามเรื่องกับหน่วยงานของรัฐที่ร่วมมือกัน (หลังบ้าน) ใช้เวลานานและไม่อาจทราบความคืบหน้าในการดำเนินการของหน่วยงานดังกล่าวได้ เช่น กรณีแจ้งเรื่องประชาชนถูกโกง ต้องรอเป็นปี ขณะที่เสียหายไม่มาก แต่หากหลาย ๆ รายที่ถูกโกงคิดเป็นมูลค่ารวมกันแล้วเป็นจำนวนมาก เพราะบางหน่วยงานมีบุคลากรน้อย อัตราการโยกย้ายหรือเปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่บ่อย เป็นต้น (เช่น กองบัญชาการสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (สอท.) เมื่อ ETDA ติดตามผลไปแทนประชาชน จึงยากที่จะตอบประชาชนได้และเกินกว่าความสามารถของ ETDA</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ - ไม่มีข้อมูล</li></ol>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาคเอกชนบางรายไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา เรื่องที่ร้องเรียนมา เช่น Facebook ไม่ให้ข้อมูล ไม่ปิดหรือ Takedown</li> <li>- ประชาชนหลงเชื่อง่าย ขาดความรู้ ข้อมูลที่ถูกต้อง เช่น กรณีที่ประชาชนเชื่อตามโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือ บริการเสริมความงามในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ แต่ภายหลังพบว่าเป็นของปลอม (เช่น การฉีด Botox)</li> </ul>	
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p>2. การรายงานผลการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีปัญหาในการรายงานตามรูปแบบ กระบวนการขั้นตอน ถึงผู้อำนวยการฯ และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม</li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีหน่วยงานเจ้าภาพในการของบประมาณในบางเรื่อง และไม่มี ความชัดเจนว่า ใช้งบประมาณของหน่วยงานใด ไม่อาจทราบตัวเลขงบประมาณ รวมถึงในบางกรณีที่ ETDA รับเป็นเจ้าภาพ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อน</li> <li>- ความไม่พร้อมของการเชื่อมโยงข้อมูล เพราะว่าบางหน่วยงานไม่พร้อมและไม่มีความสามารถในระดับที่ใกล้เคียงกันทำให้เกิดผลกระทบต่อประสิทธิภาพการเชื่อมโยงข้อมูลและฐานข้อมูล เช่น ETDA เชื่อมโยงข้อมูลกับ สคบ. แต่หากไปเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่ไม่พร้อมเชื่อมโยงข้อมูลกัน</li> </ul>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b>	
<b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องทำงานเชิงรุกมากขึ้น ต้องสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนและเข้าถึงประชาชนให้มากขึ้น</li> <li>- ควรเพิ่มการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีแผนรายไตรมาสร่วมกับหน่วยงานอื่นให้ชัดเจนและให้ใกล้ชิดกันมากขึ้นไปอีก เช่น ร่วมกับ สคบ. เป็นต้น</li> <li>- นำระบบและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้มากขึ้นเพื่อให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงและใช้ให้ทันความก้าวหน้าของภาคเอกชน</li> </ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานของรัฐที่ ETDA ประสานงานไปควรมีการตอบกลับ (อย่างน้อยทางอีเมล) หรือการแจ้งความคืบหน้าหรือสถานะการดำเนินการที่เกี่ยวข้องให้มากขึ้น รวมถึงแจ้งปัญหาอุปสรรค เพื่อให้ ETDA ตอบคำถามประชาชนได้</li> <li>- น่าจะต้องทำให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ในลักษณะที่ยอมดำเนินการ Takedown เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์อื่นที่ขัดต่อกฎหมายส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้ Platform ที่น่าเชื่อถือได้เพราะมีการลงทะเบียนระบุตัวตนที่เป็นความจริง ซึ่งดีกว่าต้องรอให้ไปตรวจสอบและเมื่อพบปัญหาก็กปิดเว็บไซต์ไป</li> </ul>	
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ETDA ช่วยให้การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์นี้สำเร็จได้</li> <li>- ให้ ETDA เป็นหน่วยงานศูนย์กลางที่อำนวยความสะดวกให้แก่หน่วยงานอื่น โดยใช้หน่วยงานย่อย เช่น ศูนย์ประสานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยระบบคอมพิวเตอร์ประเทศไทย หรือ ThaiCERT (ไทยเซิร์ต) เป็นศูนย์ไซเบอร์ ศูนย์มั่นคงสนับสนุนในทางคดี รวมทั้งให้เกิดการเชื่อมโยงร่วมมือกันกับหน่วยงานอื่น ๆ มากขึ้นทั้งภาครัฐและภาคเอกชน</li> <li>- ควรเชื่อมโยงข้อมูล สถิติ รายงาน องค์ความรู้ให้เห็นภาพรวมทั้งประเทศ ETDA นำส่วนที่เป็นออนไลน์มาผนวกเข้ากับฐานข้อมูลหรือระบบของ สคบ. ทั้งที่เป็นออฟไลน์และออนไลน์</li> <li>- ควรรณรงค์ให้สังคมมีจริยธรรมและคุณธรรมมากขึ้น</li> <li>- ควรขยายความร่วมมือไปยังต่างประเทศ ให้ครอบคลุมถึงธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์กับผู้ค้าหรือผู้ดำเนินธุรกิจ在不同ประเทศ (เช่น ผู้ประกอบธุรกิจการค้าในจีน)</li> </ul>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>

**หมายเหตุ** สพธอ. ให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยไม่อนุญาตให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องของผู้เข้าร่วมโครงการแก่นักวิจัยได้ จึงทำให้ไม่มีข้อมูลในการตอบแบบสำรวจจากผู้เข้าร่วมโครงการดังกล่าว





**โครงการที่ 6 กิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะประจำปี 2562**  
**ตารางที่ 5-8 โครงการที่ 6 กิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะประจำปี 2562**

<b>ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ</b>	
<p><b>ชื่อโครงการ</b> กิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะประจำปี 2562 (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) โดยสำนักบริหารเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.))</p> <p><b>ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b> ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย ตัวชี้วัด : ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค</p> <p><b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b></p>	
<b>บริบทโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สืบเนื่องจากแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562 - 2566) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และการให้บริการเพื่อประโยชน์สังคมและสาธารณะ ได้มุ่งเน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ส่งเสริมการสร้างตระหนักรู้ถึงการให้บริการโทรคมนาคม เพื่อให้ประชาชนสามารถรู้และเท่าทันการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค กำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม และกำกับให้มีบริการโทรคมนาคมที่มีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการให้บริการอย่างมีจริยธรรม และสนับสนุนการดำเนินการเพื่อปกป้องสิทธิของผู้บริโภค เพื่อสังคมและประโยชน์สาธารณะ และเพื่อให้บรรลุตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวข้างต้น สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) โดยสำนักบริหารเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.) จึงเห็นควรให้มีการดำเนินกิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะประจำปี 2562 ผ่านการจัดกิจกรรมในรูปแบบของการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการและการจัดกิจกรรมให้ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดนิทรรศการ การเล่นเกม</li> </ul>	<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>





<p>ตอบคำถาม เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และประชาชนทั่วไปในส่วภูมิภาคมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและตระหนักถึง สิทธิและหน้าที่ตนเอง และเท่าทันต่อบริการโทรคมนาคมใน ยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนเป็นช่องทาง ในการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้บริโภค ในกิจการโทรคมนาคมและประชาชนทั่วไปในเรื่องต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนการดำเนินงาน เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมต่อไป</p> <p>2. ปัญหา/ ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและประชาชนทั่วไป ทั้ง 5 ภูมิภาคจำเป็นต้องได้รับความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่อง สิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและตระหนักถึงสิทธิ และหน้าที่ตนเองเพื่อให้เท่าทันต่อบริการโทรคมนาคม ในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว</li> </ul>	
ข้อมูลโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและ ประชาชนทั่วไปเกิดความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องสิทธิ ผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและตระหนักถึงสิทธิที่ตนมี ตามกฎหมาย และเท่าทันต่อบริการโทรคมนาคม</li> <li>- เพื่อเป็นช่องทางในการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและประชาชนทั่วไปใน เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการโทรคมนาคม และส่งเสริม การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจการโทรคมนาคม</li> <li>- เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทและอำนาจหน้าที่ ของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการโทรคมนาคม และช่องทางในการร้องเรียนปัญหา จากการใช้บริการโทรคมนาคมให้แก่ผู้บริโภค</li> </ul> </li> <li>• ระยะเวลาดำเนินการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 ปี</li> </ul> </li> <li>• งบประมาณ <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3,924,470.- บาท (สามล้านเก้าแสนสองหมื่นสี่พันสี่ร้อยสิบ เจ็ดสิบบาทถ้วน)</li> </ul> </li> <li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แบบสอบถามและผลการประเมินออกแบบและ จัดทำโดยสถาบันวิจัยในสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา เพื่อทำหน้าที่ออกแบบจัดทำแบบ ประเมินผลเพื่อวัดความรู้ ความเข้าใจ ของผู้เข้าร่วม การอบรม ใน 5 จังหวัด พร้อมทั้งดำเนินการสรุป และวิเคราะห์ผลแบบประเมินการเข้าร่วมอบรม</li> </ul>



<p>โดยสำนักบริหารเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย             <ul style="list-style-type: none"> <li>- หัวหน้าส่วนราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชนต่างๆ หน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค สื่อมวลชนในพื้นที่ นักเรียน นักศึกษา และประชาชน ผู้สนใจทั่วไป 5 ภูมิภาค</li> </ul> </li> <li>• ผลลัพธ์ของโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องในเรื่องสิทธิผู้บริโภคและตระหนักถึงสิทธิที่ตนมีตามกฎหมาย</li> <li>- ผู้เข้าร่วมอบรมทราบถึงบทบาทและหน้าที่ของ กสทช. และช่องทางในการร้องเรียนปัญหาจากการใช้บริการ</li> <li>- สำนักงาน กสทช. ได้รับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมอบรมเพื่อนำไปใช้ประกอบการวางแผนดำเนินงานเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul> </li> <li>• ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก</li> </ul> </li> <li>• ตัวชี้วัดโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ระดับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมของกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 90</li> </ul> </li> <li>• ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นไปตามตัวชี้วัดของสำนัก รท. ซึ่งกำหนด ระดับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมของกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 90</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<p>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าโครงการส่วนใหญ่เข้าร่วมโครงการเนื่องจากมีหนังสือเชิญมาที่หน่วยงานให้ร่วมประชุม ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมเป็นข้าราชการในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และบางส่วนมีผู้ใหญ่วัยชราไปเข้าร่วมด้วย โดยอยากให้ชาวบ้านประชาชนทราบข้อมูลดังกล่าว</li> </ul> <p>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทางจังหวัดแจ้งข้อมูลให้ทราบ โดยมีหนังสือส่งมาถึงที่อำเภอและจังหวัด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ	
ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)	ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค ในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จากการใช้บริการโทรคมนาคมของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องคิดเป็นร้อยละ 90.8 (ประเมินผ่านแบบสอบถาม)</li> </ul>	<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>มีความรู้เพิ่มมากขึ้น สามารถนำไปใช้ทั้งในการปฏิบัติงานและในชีวิตประจำวัน โดยยังสามารถถ่ายทอดความรู้ต่อชาวบ้านและสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องต่อไปได้ และยังสามารถเข้าใจข้อมูลของ กสทช. อีกด้วย</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>ในแต่ละปีที่จัดกิจกรรม จะมีการเปลี่ยนพื้นที่จัดกิจกรรม เพื่อให้สามารถเผยแพร่องค์ความรู้ ความเข้าใจ ลงสู่พื้นที่ต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง ไม่กระจุกในที่ใดที่หนึ่ง หรือกลุ่มเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง</li> </ul> </li> <li>ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม) <ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินการเชิงรุก เพื่อให้ประชาชนทราบถึงสิทธิด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มิให้ถูกเอารัดเอาเปรียบ</li> </ul> </li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>มีความรู้เพิ่มเติมมากขึ้น</li> </ul> </li> <li>พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>มีความรู้ด้านสิทธิผู้บริโภคมากขึ้น</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ/ การริเริ่ม/ เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ในแต่ละปีที่จัดกิจกรรม จะมีการปรับเนื้อหาองค์ความรู้ ความเข้าใจ ให้มีความเป็นปัจจุบัน และเท่าทันกับเทคโนโลยี หรือกฎ ระเบียบที่เกิดขึ้นในช่วงนั้น ๆ</li> </ul>	
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
- ใช้ค่าเฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรม 5 ภูมิภาค	
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ	
ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ
<p>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้เข้าร่วมโครงการพึงพอใจในความรู้ที่ได้รับจากการอบรม</li> </ul> <p>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการผลที่ได้รับจากโครงการที่ดี สามารถนำความรู้ไปใช้ได้</li> </ul>	- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม



<p>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้มากขึ้น สามารถนำไปใช้ใน ชีวิตประจำวันได้ และสามารถให้ความรู้แก่บุคคลทั่วไป ต่อไปได้</li> </ul>	
<p><b>ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b></p>	
<p><b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<p>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p>2. การรายงานผลการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื่องจากสำนักงาน กสทช. มีการบริหารจัดการกิจกรรม ตามภารกิจและงบประมาณตามปีปฏิทิน แตกต่างจาก ส่วนราชการ ดังนั้น ช่วงเวลาในการจัดทำแผนงานและ ดำเนินโครงการตลอดจน ผลสำเร็จของกิจกรรม จึงมี ช่วงเวลาที่แตกต่างออกไป</li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p><b>ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b></p>	
<p><b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การดำเนินการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของสำนักงาน กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมนั้น เป็นการดำเนินการตามแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562 - 2566) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และการให้บริการ เพื่อประโยชน์สังคมและสาธารณะ เป็นหลัก ดังนั้น</li> </ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีการแจกเอกสารประกอบและให้คำแนะนำ ไม่ควรจัดกิจกรรมถึงจนเกินไป</li> </ul>



<p>หากแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) มีความสอดคล้องหรือไม่ขัดกับแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ก็ไม่ได้ส่งผลกระทบใด ๆ ที่ขัดกับการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช.</p>	
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ตามข้อ 1</li></ul>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ผู้เข้าร่วมโครงการแนะนำให้ควรจัดโครงการสำหรับคนรุ่นใหม่ด้วย</li></ul>





**โครงการที่ 7 ค่ายอาสาและพัฒนาสิทธิและสุขภาพครั้งที่ 35**  
**ตารางที่ 5-9 โครงการที่ 7 ค่ายอาสาและพัฒนาสิทธิและสุขภาพครั้งที่ 35**

<b>ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ</b>	
<p><b>ชื่อโครงการ</b> ค่ายอาสาและพัฒนาสิทธิและสุขภาพครั้งที่ 35 (ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค มหาวิทยาลัยขอนแก่น)  <b>ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3</b> การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย  <b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b>                      ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในปี 2562 ร้อยละ 90</p>	
<b>บริบทโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ในสภาพปัจจุบันมีการระบาดของโรคต่าง ๆ เป็นอย่างมาก รวมถึงผู้บริโภคถูกเอาเปรียบ และมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพที่ไม่ถูกวิธี ทางชมรมคุ้มครองผู้บริโภค มหาวิทยาลัยขอนแก่น จึงได้จัดโครงการนี้ขึ้นเพื่อพัฒนาสุขภาพคนในชุมชน โดยนำความรู้ที่เรียนของนักศึกษาไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</li> </ul> <p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สภาพแวดล้อม และที่พักของโรงเรียนไม่เอื้ออำนวยต่อการเตรียมการ</li> <li>- ชุมชนขาดความรู้ และให้ความสำคัญกับสิทธิของผู้บริโภคน้อย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กิจกรรมค่ายอาสาและพัฒนาสิทธิและสุขภาพครั้งที่ 35 ทางมหาวิทยาลัยขอนแก่นได้มอบหมายให้นักศึกษาชมรมคุ้มครองผู้บริโภค จัดกิจกรรมในชุมชน</li> </ul>
<b>ข้อมูลโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต/ ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับสิทธิคุ้มครองผู้บริโภคแก่ประชาชนในชุมชน</li> <li>- ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างมีคุณภาพและปลอดภัย</li> <li>- เพื่อให้นักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมได้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์</li> </ul> </li> <li>• ระยะเวลาดำเนินการ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 27-30 พฤศจิกายน 2562</li> </ul> </li> <li>• งบประมาณ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 60,000 บาท</li> </ul> </li> <li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค มหาวิทยาลัยขอนแก่น</li> </ul> </li> <li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักศึกษา 80 คน</li> <li>- ชาวบ้านหนองพลวง อ.ภูเวียง จ.ขอนแก่น</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการ ได้แก่ นักศึกษาจำนวน 80 คน และชาวบ้านหนองพลวง อ.ภูเวียง จ.ขอนแก่น</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผลลัพธ์ของโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภค และมีความเข้าใจในการเลือกซื้อมากขึ้น</li> <li>- ผู้ร่วมกิจกรรมมีพัฒนาการที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหาร</li> </ul> </li> <li>● ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพอใจระดับมากที่สุด เนื่องจากเป็นโครงการที่ออกนอกสถานที่ของมหาวิทยาลัย มีการพูดคุยสอบถามกับชาวบ้านในชุมชน</li> </ul> </li> <li>● ตัวชี้วัดโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้อยละ 80 ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคเพิ่มขึ้น รวมถึงมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตามหลักสาธารณสุขที่ถูกต้อง</li> </ul> </li> </ul> <p>ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและใส่ใจในการดูแลสุขภาพมากขึ้น</li> </ul>	
<p><b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องการได้รับความรู้ใหม่ ๆ</li> <li>- ผู้ใหญ่บ้านให้เข้าร่วม</li> </ul> </li> <li>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านทางผู้ใหญ่บ้าน</li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมต้องการได้รับความรู้ใหม่ ๆ</li> </ul>
<p><b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b></p>	
<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภค</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีพัฒนาการที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหาร</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความรู้ในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น</li> <li>- สามารถเลือกรับประทานอาหารให้ถูกสุขลักษณะ</li> </ul> </li> </ol>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ ตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภคและมีพัฒนาการที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหาร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ มีความรู้ในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค</li> </ul>
<ol style="list-style-type: none"> <li>2. การขยายผล <ul style="list-style-type: none"> <li>● การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภค</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความเข้าใจในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค</li> </ul> </li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. การนำไปใช้ประโยชน์ <ul style="list-style-type: none"> <li>● ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- นำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันในการเลือกซื้อสินค้า นำไปถ่ายทอดให้คนรอบข้าง</li> </ul> </li> </ul> </li> </ol>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะเชิงรุก</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น หลังจากจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความรอบครอบในการบริโภคสินค้า เช่น การดูวันหมดอายุสินค้า</li> <li>- มีความรอบครอบในการเลือกรับประทานอาหาร</li> </ul> </li> </ul>
3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม / เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดกิจกรรมที่เด็กสามารถเข้าถึง เพื่อให้เกิดกลุ่มเป้าหมายใหม่เพิ่ม</li> </ul>	
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดกิจกรรมเป็นกระบวนการใหม่ ที่เด็กสามารถเข้าถึง เพื่อให้เกิดกลุ่มเป้าหมายใหม่เพิ่มขึ้น</li> </ul>	

**ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ**

ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ
1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น) <ul style="list-style-type: none"> <li>- พึงพอใจมาก</li> </ul> 2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องการให้เพิ่มวิทยากร</li> </ul> 3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มี</li> </ul> 4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ข้อสังเกตในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค</li> <li>- นำความรู้ที่ได้รับไปถ่ายทอด และนำไปใช้กับตัวเอง</li> <li>- มีความรู้ในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจมาก โดยได้รับความรู้ในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค ที่มีคุณภาพ และสามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้</li> </ul>

**ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)**

ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)	ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)
1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	2. การนำไปใช้ประโยชน์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
2. การรายงานผลการดำเนินงาน <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	



<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul> <p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<b>ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b>	
<b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีการเพิ่มสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัยและเหมาะสมกับชุมชน</li> <li>- ผู้ให้ความรู้ต้องใช้ภาษาในการสื่อสารแบบง่าย เพื่อให้คนในชุมชนเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น</li> </ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้จัดกิจกรรมฯ เห็นว่าควรมีการเพิ่มสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัยและเหมาะสมกับชุมชน โดยผ่านการสื่อสารแบบง่าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรเลือกเวลาในการจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ให้ทราบโดยทั่วถึง</li> <li>- จัดทำสื่อเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น</li> <li>- เพิ่มการประชาสัมพันธ์โครงการให้ทั่วถึง</li> </ul>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาหาร ยา ที่พวกผู้สูงอายุชอบซื้อรับประทานด้านของโทษ หรือข้อควรระวัง</li> <li>- ต้องการให้มีการจัดอบรมทบทวน ความรู้เดิมกับคนเดิม และอบรมเพิ่มเติมกับคนกลุ่มใหม่</li> <li>- ต้องการความรู้เกี่ยวกับเครื่องอบ และ การแปรรูปอาหารที่ถูกสุขลักษณะ</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้จัดกิจกรรมฯ เห็นว่าควรเลือกเวลาในการจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน จัดทำสื่อที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ ต้องการให้เพิ่มความรู้ในเรื่องอาหารและยา และการทบทวนความรู้ รวมถึงต้องการความรู้ด้านการแปรรูปอาหารที่ถูกสุขลักษณะ</li> </ul>



**โครงการที่ 8 กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคม ชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริม  
คุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค**  
**ตารางที่ 5-10 โครงการที่ 8 กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคม ชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริม  
คุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค**

<b>ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ</b>	
<p><b>ชื่อโครงการ</b> กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคม ชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค (กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</p> <p><b>ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3</b> การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย</p> <p><b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b> ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในปี 2562 ร้อยละ 90</p>	
<b>บริบทโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ให้ความรู้ด้านการมาตรฐานแก่ครู-อาจารย์ระดับ มัธยมศึกษา และเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการมาตรฐาน สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปถ่ายทอดสู่นักเรียนของตน และประชาชนในชุมชน ในรูปแบบของการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้นอกห้องเรียน</li> </ul> <p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- *</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคม ชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค โดยการให้ความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการมาตรฐาน สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปถ่ายทอดสู่นักเรียนของตน และประชาชนในชุมชน</li> </ul>
<b>ข้อมูลโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์           <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อให้มีความรู้ด้านการมาตรฐาน เครื่องหมายมาตรฐาน และการดำเนินงานของ สมอ. แก่ครู อาจารย์ระดับมัธยมศึกษา ให้สามารถนำไปบูรณาการและจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้กับนักเรียนของตนเองได้</li> <li>- เพื่อให้นักเรียนมีความรู้ ความเข้าใจ และมีจิตสำนึกในเรื่องการมาตรฐาน สามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน และการประกอบอาชีพต่อไปในอนาคต</li> <li>- เพื่อให้เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ต่อประชาชนในชุมชน เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ประชาชนชุมชน และสามารถเป็นเครือข่ายเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานในพื้นที่ได้</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการประกอบด้วย ครู อาจารย์ ระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 347 คน เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 432 คน และนักศึกษาอาชีวศึกษา จำนวน 158 คน</li> </ul>





- ระยะเวลาดำเนินการ
  - ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562
- งบประมาณ
  - การสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การบูรณาการการมาตรฐานสู่การเรียนการสอน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม ตามรูปแบบการเรียนรู้ สะเต็มศึกษา” แก่ครู อาจารย์ระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 2 ครั้ง เป็นเงิน 1,022,610 บาท
  - การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การสร้างเครือข่ายบุคลากรท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิต คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค” จำนวน 2 ครั้ง เป็นเงิน 277,111 บาท
  - โครงการเผยแพร่มาตรฐานสู่ภาคการศึกษา ระดับ อาชีวศึกษา จำนวน 1 ครั้ง เป็นเงิน 61,746 บาท
- หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ
  - กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
- ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย
  - ครู อาจารย์ระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 347 คน
  - เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 432 คน
  - นักศึกษาอาชีวศึกษา จำนวน 158 คน
- ผลลัพธ์ของโครงการ
  - ครู อาจารย์มีความรู้ ความเข้าใจ เรื่องการมาตรฐาน สามารถนำไปถ่ายทอดแก่นักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเยาวชนมีความรู้ ความเข้าใจ และมีจิตสำนึกในเรื่องมาตรฐาน สามารถนำไปใช้ประกอบอาชีพและดำรงชีวิตประจำวันได้ รวมทั้งนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อ พ่อแม่ ผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง และชุมชน
  - เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ต่อประชาชนในชุมชน และมีส่วนร่วมในการเป็นเครือข่ายเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ในท้องตลาดในพื้นที่ที่รับผิดชอบได้
  - เยาวชนในสถาบันอาชีวศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ เรื่องการมาตรฐาน มาตรฐานระบบการจัดการ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพ



<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- จากการเก็บแบบสอบถามหลังการสัมมนา พบว่าผู้เข้าร่วมการสัมมนามีความรู้ ความเข้าใจ เรื่องการมาตรฐานอยู่ในระดับมากขึ้น</li> </ul> </li> <li>● ตัวชี้วัดโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การบูรณาการ การมาตรฐานสู่การเรียนการสอน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม ตามรูปแบบการเรียนรู้ สะเต็มศึกษา” แก่ครู อาจารย์ระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 2 ครั้ง จำนวน 300 คน</li> <li>- การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การสร้างเครือข่าย บุคลากรท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิต คุ้มครอง สิทธิผู้บริโภค” จำนวน 2 ครั้ง จำนวน 300 คน โครงการ เผยแพร่มาตรฐานสู่ภาคการศึกษา ระดับอาชีวศึกษา จำนวน 1 ครั้ง จำนวน 150 คน</li> </ul> </li> </ul> <p>ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้ ความเข้าใจ ในด้านคุณภาพชีวิต และสิทธิผู้บริโภค</li> </ul>	
<p><b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<p>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องการความรู้เพิ่มเติมด้านการพัฒนามาตรฐานสินค้า</li> <li>- หน่วยงานส่งเป็นตัวแทนเข้าร่วม</li> <li>- มีการศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมต่าง ๆ ให้นักศึกษาเข้าร่วม เพื่อการเรียนรู้และการทำงาน</li> </ul> <p>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ส่งหนังสือเชิญให้เข้าร่วมกิจกรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเข้าร่วมโครงการผู้เข้าร่วมจะได้รับการอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม</li> </ul>
<p><b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b></p>	
<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ด้านการมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น สามารถนำไปปรับใช้ในการเลือกซื้อสินค้าในชีวิตประจำวัน ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม</li> <li>- ครู อาจารย์สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน</li> <li>- นักศึกษาระดับอาชีวศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพได้</li> </ul>	<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้การสังเกตสินค้าจากคำแนะนำของวิทยากร</li> <li>- ได้รับความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานอุตสาหกรรม</li> <li>- ได้รับเอกสาร ได้รู้มาตรฐาน รู้วิธีตรวจสอบงาน โดยการเรียนการสอนสามารถเข้าใจได้ง่าย เข้ามาตรฐานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน</li> <li>- ได้รู้จักสัญลักษณ์ วิธีการสังเกตดูสินค้า มอก. วัสดุ เครือข่ายร้านค้า</li> </ul>



ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดกิจกรรมฯ มุ่งให้ความรู้ในมาตรฐานอุตสาหกรรม โดยผู้เข้าร่วมสามารถนำความรู้ไปใช้ และถ่ายทอดได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมได้รับความรู้ และรู้วิธีสังเกตมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม</li> </ul>
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายมาตรฐานรับรองเพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มพฤติกรรม การซื้อสินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานรับรอง ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการเชื่อมั่นในสินค้าที่มีเครื่องหมาย มอก. และเลือกซื้อสินค้าที่แสดงเครื่องหมาย มอก. อย่างมั่นใจ</li> </ul> </li> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม</li> </ul> </li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ถ่ายทอดความรู้ให้ลูกน้อง เจ้าหน้าที่</li> <li>- นำความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานไปปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน</li> <li>- นักศึกษาเอาความรู้ไปต่อยอดตอนการฝึกอาชีพ เช่น มาตรฐานเหล็กที่ได้มาตรฐาน</li> <li>- ใช้ในชีวิตประจำวัน เผยแพร่ในหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์ออกไปสู่ภายนอกหน่วยงาน</li> </ul> </li> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- พิจารณามาตรฐานสินค้า สร้างความเชื่อมั่นในการ บริโภคสินค้า</li> <li>- สามารถสังเกตได้มากขึ้น</li> <li>- ต้องกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ โดยประยุกต์ใช้กับ การสอน เช่น ผู้สอนชี้แนะว่าการดูมาตรฐานบน ผลิตภัณฑ์ดูอย่างไร</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม / เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการตระหนักถึงความปลอดภัย และ ความสำคัญของเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมมากขึ้น</li> </ul>	
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการเกิดความตระหนักถึงความปลอดภัย และความสำคัญของเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมมากขึ้น</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>	
<p><b>ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>
<p>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ระดับมาก แต่เวลาน้อยไป พื้นที่ไม่อำนวยเท่าที่ควร กระจายตามแผนที่เคยเรียน สิ่งเร้าเกิดขึ้นได้น้อย</li> </ul> <p>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื่องจากการอบรมจัดขึ้นในสถานศึกษา ทำให้เด็กที่ เข้าร่วมอาจขาดความสนใจในการฟัง</li> </ul> <p>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ระดับมาก เพราะได้รับความรู้ถึงมาตรฐาน อุตสาหกรรมของสินค้า โดยสามารถนำความรู้ไป ปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- เวลา เนื้อหามากเกินไป ควรควบคุมเวลาที่ใช้ให้ดี ควรมีเอกสารประกอบที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา เช่น มาตรฐานของท่อร้อยสายไฟ ที่มีความทันสมัย</li> </ul> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รู้ถึงวิธีสังเกตสินค้าที่ได้รับมาตรฐาน</li> <li>- ได้รู้ถึงมาตรฐานของสินค้า</li> <li>- ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ด้านมาตรฐานมากขึ้น</li> <li>- นำไปใช้ในการสอบมาตรฐานวิชาชีพ เช่น ช่างไฟ</li> <li>- สามารถนำความรู้ไปปรับใช้และถ่ายทอดต่อไปได้</li> </ul>	
<p><b>ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b></p>	
<p><b>ปัญหาและอุปสรรค</b> (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</p>	<p><b>ปัญหาและอุปสรรค</b> (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</p>
<p>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหาที่อบรมมีประโยชน์ แต่ควรมีกระชับขึ้น เพราะเด็กจะมีสมาธิในการฟังไม่นานมาก</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p>2. การรายงานผลการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มเวลา สถานที่ควรกว้างขวางขึ้น</li> <li>- ควรให้โรงเรียนคัดนักศึกษาเข้าอบรมให้ความสำคัญกับกลุ่มที่นำไปใช้ประโยชน์ โดยดูจากพื้นฐาน</li> <li>- ควรเพิ่มเวลา และเปลี่ยนสถานที่ให้เหมาะสม โดยคัดนักศึกษาเข้าอบรม</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p><b>ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b></p>	
<p><b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b> (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</p>	<p><b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b> (ความคิดเห็นของประชาชน)</p>
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ระยะเวลาสั้นเกินไป</li> <li>- ควรพิจารณาเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายให้มีความสอดคล้องกัน เช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนืออุตสาหกรรมใดเป็นอุตสาหกรรมหลัก เนื้อหาควรเน้นไป</li> </ul>



	ทางนั้น และกลุ่มเป้าหมายควรเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจเข้าร่วม เช่น คนที่จบไปแล้วจะประกอบอาชีพ
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	- ควรเพิ่มระยะเวลาในการอบรม และควรเลือกกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสม เพื่อให้มีปริมาณไม่มากจนเกินไป
2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) - ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) - ให้ทางโรงเรียนคัดผู้เข้าร่วมโครงการ โดยไม่เป็นเด็กๆ มากจนเกินไป เนื่องจากยังขาดความสนใจในเนื้อหา
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	- ให้โรงเรียนมีส่วนช่วยในการคัดเลือกผู้เข้าอบรม



**โครงการที่ 9 โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง**

**ตารางที่ 5-11 โครงการที่ 9 โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง**

<b>ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ</b>	
<p><b>ชื่อโครงการ</b> โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง (สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์)</p> <p><b>ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในปี 2562 ร้อยละ 90</b></p>	
<b>บริบทโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานการณ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสการค้าเสรี ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคต้องเผชิญกับปัญหาเรื่องการละเมิดสิทธิ ผู้บริโภคที่หลากหลายและรุนแรงมากยิ่งขึ้น แม้ประเทศไทยจะมีหน่วยงานและองค์กรที่ดำเนินงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค แต่ก็ยังขาดการดำเนินงานทิศทางที่ชัดเจน เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) จึงมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดแนวทางการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นระบบมีมาตรฐานอันจะเกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคต่อไป กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารสร้างความรู้ ความเข้าใจ แก่ประชาชนและเป็นหน่วยปฏิบัติตามแผนฯ ดังกล่าว จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องของประชาชนในการดำเนินนโยบายและการดำเนินงานของรัฐที่มุ่งแก้ไขปัญหา เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐให้บรรลุผลสำเร็จต่อไป</li> </ul> <p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือ ดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื่องจากการพิจารณา ร่างรายละเอียดตัวชี้วัดภายใต้ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 1 พ.ศ. 2563 - 2565 (ฉบับปรับปรุง) ใช้เวลาใน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานภาครัฐ ที่มีภารกิจและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน ต้องการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องของประชาชนในการดำเนินนโยบายและการดำเนินงานของรัฐที่มุ่งแก้ไขปัญหา เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐให้บรรลุผลสำเร็จ</li> </ul>



<p>การพิจารณาจนถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เกิดจากการเลื่อนการประชุมเชิงปฏิบัติการ คณะทำงานขับเคลื่อนและทบทวนแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติไปอย่างไม่มีกำหนด เพราะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา 19 ดังนั้น การดำเนินงานในปีงบประมาณ ดังกล่าว อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางเอาไว้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- งบประมาณที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับจัดสรรมี จำนวนจำกัด และ กรมประชาสัมพันธ์มีภารกิจหลัก ที่ต้องประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐในทุก ๆ เรื่อง รวมทั้งเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย ส่งผลให้ การประชาสัมพันธ์ในแต่ละเรื่อง ทำได้ไม่เต็มที่</li> <li>- การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำเป็นต้องมี แหล่งข้อมูลที่ต้อง ดังนั้น หน่วยงานเจ้าภาพหลัก ควรสนับสนุนข้อมูลหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ การคุ้มครองผู้บริโภคให้กรมประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ ในการสร้างการรับรู้ที่ถูกต้องแก่ประชาชน</li> </ul>	
ข้อมูลโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ถึงข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือก บริโภคสินค้าหรือบริการ</li> <li>- ประชาชนกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือก บริโภคสินค้าหรือบริการ</li> </ul> </li> <li>• ระยะเวลาดำเนินการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 ตุลาคม 2561 – 30 กันยายน 2562</li> </ul> </li> <li>• งบประมาณ <ul style="list-style-type: none"> <li>- งบภารกิจพื้นฐานของกรมประชาสัมพันธ์</li> </ul> </li> <li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์</li> </ul> </li> <li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ประชาชนทั่วไป</li> <li>- กลุ่มเป้าหมายรอง คือ เยาวชน นักเรียน นักศึกษา ชาวต่างประเทศในประเทศไทย</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นการให้ ข่าวสารผ่านทางสื่อต่าง ๆ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ประชาชนทั่วไป และกลุ่มเป้าหมายรอง คือ เยาวชน นักเรียน นักศึกษา ชาวต่างประเทศใน ประเทศไทย</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผลลัพธ์ของโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนมีความรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย</li> </ul> </li> <li>● ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- รอผลการดำเนินการเพิ่มเติม</li> </ul> </li> <li>● ตัวชี้วัดโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul> </li> </ul> <p>ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น และการนำไปใช้ประโยชน์</li> </ul>	
<p><b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<p>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อรับฟังข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ</li> <li>- เพื่อติดตามข่าวสารผ่านเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรมรวมถึงช่องทางสื่อสารภายในท้องถิ่น เช่น เฟซบุ๊กสำนักประชาสัมพันธ์</li> </ul> <p>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.)</li> <li>- เฟซบุ๊กของสำนักประชาสัมพันธ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การดำเนินงานของโครงการฯ นี้ ผู้เข้าร่วมโครงการจะเข้าร่วมในลักษณะการติดตามข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์</li> </ul>
<p><b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b></p>	
<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ : ข่าว รายการ สปอต สารคดี สกู๊ป พุดแทรก อักษรวิง เป็นต้น จำนวน 673 ครั้ง สื่อวิทยุกระจายเสียง เช่น ข่าว รายการ สปอต สารคดี พุดแทรก บทความ เป็นต้น จำนวน 12,574 ครั้ง รวมทั้งสื่อออนไลน์ : Social Media (Facebook Instagram Line Twitter และ Youtube) จำนวน 412 ครั้ง รวมทั้งสิ้นผลิตและเผยแพร่ จำนวน 13,681 ครั้ง</li> </ul>	<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคทำให้เข้าใจสถานการณ์ของการดูแลและช่วยเหลือผู้บริโภคมากขึ้น เกิดการคิดไตร่ตรองก่อนการเลือกซื้อสินค้า ศึกษาหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงในการซื้อขายสินค้า</li> <li>- ความรู้เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคทุกคนควรให้ความสนใจ ถึงแม้จะไม่เกิดภัยแก่ตนเองแต่อย่างน้อยก็สามารถเป็นอนุทาหารณ์ เตือนใจให้กับผู้บริโภคทั้งหลายที่ควรศึกษาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้าและบริการทุกประเภทอย่างรอบคอบ</li> <li>- สามารถนำข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ไปยังครอบครัวได้ และเป็นฐานข้อมูลในการเรียนการสอนได้</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำให้เข้าใจถึงความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค มาตรฐานและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง</li> <li>- รู้เท่าทันราคาครีมปลอม ยาปลอม เวชสำอางปลอม</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรมประชาสัมพันธ์ผลิตสื่อตามภารกิจหลักของหน่วยงาน โดยมุ่งตอบสนองแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้ในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภค จากข้อมูลข่าวสารที่กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่</li> </ul>
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในทุกช่องทางไปในวงกว้างมากขึ้น</li> </ul> </li> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม) <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีลักษณะเชิงรุก โดยปรับให้เข้ากับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul> </li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- นำความรู้จากการฟังรายการทาง สวท. ไปคิดวิเคราะห์ไตร่ตรองก่อนการเลือกซื้อสินค้า</li> <li>- เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริโภคในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการ</li> <li>- ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ สำหรับการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ทั้งได้รับมาตรฐานและไม่ได้รับมาตรฐาน รวมถึงเป็นแหล่งอ้างอิงสำหรับบอกต่อคนรอบข้างได้โดยข้อมูลดังกล่าวออกมาจากหน่วยงานภาครัฐ และมีความน่าเชื่อถือ</li> <li>- เป็นข้อมูลสำหรับตัวเอง ในการเลือกสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ หรือตัวแทนจำหน่าย</li> </ul> </li> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- รับฟังข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น และระมัดระวังในการซื้อขายสินค้าออนไลน์</li> <li>- รู้เท่าทันสินค้าและบริการ เช่น สินค้าช่วงตรุษจีน เทศกาล กระเช้าเพื่อสุขภาพ เป็นต้น</li> <li>- รู้เท่าทันและบอกต่อกับคนใกล้ตัว เกี่ยวกับครีมปลอม ยาปลอม เวชสำอางปลอม</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม / เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ มีการปรับให้เข้ากับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค และข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการ โดยดำเนินการตามนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของภาครัฐ</li> </ul>	
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรมประชาสัมพันธ์มีการปรับเนื้อหาให้เข้ากับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>	
<b>ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<p>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดรายการวิทยุสามารถอธิบายเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเข้าใจ ตรงประเด็น มีการยกตัวอย่างกรณีศึกษาของผู้ที่ถูกหลอกจากการซื้อสินค้า ทำให้มองเห็นภาพว่า เราจะต้องระมัดระวังการซื้อสินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก เพราะได้รับความรู้ตรงตามที่ต้องการมีความทันสมัย และทันเหตุการณ์</li> </ul>



<p>มากขึ้น และจะต้องมีข้อปฏิบัติที่ดีอย่างไรในฐานะเป็น ผู้บริโภคสินค้า</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ฟังพอใจมาก เพราะเรื่องดังกล่าว เป็นประโยชน์กับ ประชาชนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย</li><li>- ฟังพอใจในแง่ของการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับ ประชาชนได้ทราบเกี่ยวกับความเคลื่อนไหว ในการตรวจสอบสินค้าที่ไม่ได้รับมาตรฐาน</li><li>- เฉย ๆ เพราะเป็นเรื่องที่ต้องเผยแพร่สำหรับประชาชน อยู่แล้ว</li></ul> <p>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- อยากให้รายการนำผู้ที่ประสบภัยจากการถูกหลอกลวง ในการซื้อขายสินค้ามาเล่าประสบการณ์ให้ฟังในรายการ</li><li>- ควรมีหน่วยงานหลักที่ชัดเจนในการรับผิดชอบงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด</li><li>- ต้องการให้สร้างสรรค์เนื้อหาให้มากยิ่งขึ้น</li><li>- ต้องการให้มีของรางวัล เพื่อเป็นแรงจูงใจสำหรับผู้รับ ฟังรายการที่เกี่ยวข้องกับ สคบ. เพื่อให้คนเกิดความ สนใจในเรื่องนี้มากขึ้นและตระหนักถึงภัยที่จะตามมา</li><li>- เปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาเพื่อสิทธิของประชาชน</li></ul> <p>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ผู้ฟังรายการได้รับความรู้ ความเข้าใจ เพื่อจะได้ ตระหนักถึงการเลือกซื้อสินค้าและบริการทุกประเภท</li><li>- ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการจัดตั้งสภาองค์กร ของผู้บริโภค</li><li>- คาดหวังให้ผู้ฟังรายการ นำข้อมูลและความรู้ที่ได้รับไป ปรับใช้หรือไปบอกต่อกับคนอื่นอย่างกว้างขวาง</li><li>- คาดหวังว่ากรมประชาสัมพันธ์จะผลิตรายการ ที่เกี่ยวข้องกับ สคบ. มากยิ่งขึ้น</li><li>- คาดหวังว่าจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับ การคุ้มครองผู้บริโภคไปเรื่อย ๆ</li></ul> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ได้นำเรื่องที่ฟังจากรายการไปบอกต่อกับคนรอบข้าง เพื่อเป็นการเตือนภัยว่าควรศึกษาข้อมูลให้ดีก่อน การเลือกซื้อสินค้า โดยเฉพาะสินค้าออนไลน์</li><li>- รู้เท่าทันสินค้าและบริการ</li></ul>	
---	--



<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับประโยชน์เป็นอย่างมาก จากแต่ก่อน เคยมองข้ามเรื่องเหล่านี้ แต่พอเจอปัญหาจากคนที่ประสบปัญหา ด้านการถูกฉ้อโกงจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ทำให้เกิดความตระหนักมากขึ้น และใส่ใจกับการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น รวมถึงการรับประกัน การบริการหลังการขาย และการศึกษาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดรอบคอบมากยิ่งขึ้น</li> <li>- ได้เป็นส่วนหนึ่งในการบอกต่อความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul>	
---	--

**ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)**

<b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
<p>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- งบประมาณที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับจัดสรรมีจำนวนจำกัด และ กรมประชาสัมพันธ์มีภารกิจหลักที่ต้องประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐในทุก ๆ เรื่อง รวมทั้งเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ในแต่ละเรื่อง ทำได้ไม่เต็มที่</li> <li>- การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำเป็นต้องมีแหล่งข้อมูลที่ถูกต้อง ดังนั้น หน่วยงานเจ้าภาพหลัก ควรสนับสนุน ข้อมูลหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้กรมประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ในการสร้างการรับรู้ที่ถูกต้องแก่ประชาชน</li> </ul>	<p>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อยากให้เพิ่มเนื้อหา โดยนำผู้ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้า มาร่วมรายการ และนำเสนอแนวทางในการเลือกซื้อสินค้าที่ได้คุณภาพ</li> <li>- ควรเพิ่มเนื้อหาการคุ้มครองเพื่อผู้บริโภคให้ครอบคลุมมากกว่านี้</li> <li>- อยากให้เพิ่มเนื้อหาของข้อกฎหมายสำหรับผู้กระทำความผิดด้านนี้ เพื่อให้ผู้ฟังรายการพึงระวังว่า จะไม่เป็นผู้ที่ทำผิดกฎหมายในเรื่องดังกล่าว รวมถึงช่องทางร้องเรียนเกี่ยวกับเรื่องนี้ให้กว้างขวางขึ้น</li> <li>- เนื่องจากการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะเป็นวิชาการ จึงอยากให้คิดเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ให้ดูเข้าใจง่าย และเข้าถึงประชาชนที่รับฟังรายการ</li> <li>- ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภค ในแต่ละที่ มีการเปรียบเทียบข้อมูลเก่าและใหม่ ความแตกต่างของข้อมูลจริงเท็จให้มากกว่านี้</li> <li>- ควรมีการเจาะลึกเนื้อหาในสายผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพให้มากกว่านี้ เพราะในปัจจุบัน ผู้คนมีความสนใจในสุขภาพของตัวเองมากขึ้น</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรมประชาสัมพันธ์ มีปัญหาด้านการดำเนินงานเรื่องงบประมาณที่มีจำนวนจำกัด แต่มีภารกิจหลักในการประชาสัมพันธ์ และในเรื่องข้อมูลที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนข้อมูลหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul>	



<p>2. การรายงานผลการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีหน่วยงานปฏิบัติของกรมประชาสัมพันธ์ ส่งรายงานผลมาเป็นประจำทุกเดือน แต่เนื่องจากเป็นเรื่องเฉพาะด้าน จึงอาจจะไม่ค่อยมีผลการดำเนินงานที่ถี่มากนัก</li> <li>- สื่อในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์รายงานผลการดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของภาครัฐ ผ่านสื่อทั้ง 3 ช่องทาง: สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อออนไลน์ มายังส่วนกลาง</li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การรายงานผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีจำนวนไม่มาก เพราะเป็นเรื่องเฉพาะด้าน</li> </ul>	
<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื่องจากการพิจารณาร่างรายละเอียดตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 1 พ.ศ. 2563 - 2565 (ฉบับปรับปรุง) ใช้เวลาในการพิจารณาจนถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เกิดจากการเลื่อนการประชุมเชิงปฏิบัติการคณะทำงานขับเคลื่อนและทบทวนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติไปอย่างไม่มีกำหนดเพราะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ดังนั้นการดำเนินงานในปีงบประมาณดังกล่าว อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางเอาไว้</li> </ul>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อยากให้มีการผลิตและเผยแพร่รายการในด้านนี้มากยิ่งขึ้น</li> <li>- ควรมีเนื้อหาที่หลากหลาย และถ้าเป็นท้องถิ่นก็ให้เน้นข่าวสารเกี่ยวกับท้องถิ่น</li> <li>- คนที่ตระหนักเรื่องนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นคนที่ประสบปัญหาโดยตรง จะมีวิธีการอย่างไรที่จะทำให้ประชาชนได้เกิดความสนใจและตระหนักถึงเรื่องนี้มากขึ้น</li> <li>- ควรมีเนื้อหาที่ทั้งเจาะลึกและหลากหลาย</li> <li>- ควรส่งเสริมให้ประชาชนทุกคนตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภค และสร้างเนื้อหาที่หลากหลาย เหมาะกับคนทุกเพศทุกวัย</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ทำให้การพิจารณาร่างรายละเอียดตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 1 พ.ศ. 2563 - 2565 เลื่อนการประชุมฯ ออกไป</li> </ul>	
<p><b>ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b></p>	
<p><b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรมประชาสัมพันธ์ยินดีให้ความร่วมมือในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) แต่เนื่องจากเป็นเรื่องเฉพาะเจาะจง</li> </ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น</li> <li>- อยากให้มีการถ่ายทอดการประชาสัมพันธ์ในเรื่องนี้กว้างขวางมากขึ้น โดยเฉพาะทางสื่อโซเชียลมีเดียที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย และผลิตเนื้อหาที่เข้าใจง่าย</li> </ul>



<p>เกินไป จึงไม่สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ในการติดตามข้อมูลข่าวสารด้านนี้โดยเฉพาะ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ของรัฐ ไปสู่ประชาชนดียิ่งขึ้น กรมประชาสัมพันธ์เสนอ ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในฐานะ เจ้าภาพแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ หารือร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์เพื่อจัดทำประเด็น เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ โดยกรมประชาสัมพันธ์ จะนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ต่อไป</li></ul>	
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- กรมประชาสัมพันธ์เสนอให้สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค ในฐานะเจ้าภาพแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ หารือร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดทำประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ โดยกรมประชาสัมพันธ์จะนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ต่อไป</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขึ้น โดยการผลิตเนื้อหาที่เข้าใจได้ง่าย</li></ul>
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- หน่วยงานในเครือข่ายส่งองค์ความรู้ที่เห็นควร เผยแพร่ให้กับกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อดำเนินการ เผยแพร่ผ่านสื่อในสังกัดของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้ง 3 ช่องทาง</li></ul>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- เป็นโครงการที่ดี อยากให้มีโครงการลักษณะนี้ อย่างต่อเนื่อง</li><li>- ต้องการให้มีสภากองครักษ์ของผู้บริโภค</li><li>- อยากให้มีโครงการประชาสัมพันธ์ในด้าน การคุ้มครองผู้บริโภคให้มากขึ้น</li></ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค หรือ หน่วยงานในเครือข่าย ต้องส่งข้อมูล องค์ความรู้ ให้กรมประชาสัมพันธ์ช่วยเผยแพร่ผ่านสื่อในสังกัด ของกรมประชาสัมพันธ์</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ต้องการให้มีโครงการฯ นี้ในลักษณะต่อเนื่อง</li></ul>



โครงการที่ 10 โครงการ คปภ. เพื่อชุมชน  
ตารางที่ 5-12 โครงการที่ 10 โครงการ คปภ. เพื่อชุมชน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ	
<p>ชื่อโครงการ คปภ. เพื่อชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย: คปภ.) ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p>	
บริบทโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ที่มาของโครงการ - ไม่มีข้อมูล</p> <p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ - ไม่มีข้อมูล</p>	- ไม่มีข้อมูล
ข้อมูลโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์ - ไม่มีข้อมูล</li> <li>• ระยะเวลาดำเนินการ - ไม่มีข้อมูล</li> <li>• งบประมาณ - ไม่มีข้อมูล</li> <li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ - ไม่มีข้อมูล</li> <li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย - ไม่มีข้อมูล</li> <li>• ผลลัพธ์ของโครงการ - ไม่มีข้อมูล</li> <li>• ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ - ไม่มีข้อมูล</li> <li>• ตัวชี้วัดโครงการ - ไม่มีข้อมูล</li> </ul> <p>ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ - ไม่มีข้อมูล</p>	- ไม่มีข้อมูล
บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ - ผู้เข้าร่วมโครงการมีหนังสือเชิญมาจากสำนักงานให้เข้าร่วมโครงการ</p>	- ไม่มีข้อมูล



<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความสนใจในโครงการและการเผยแพร่การประกันต่างๆ</li> <li>- ทางจังหวัดได้ลงมาดูพื้นที่และเชิญไปงานแถลงข่าวที่กรุงเทพฯ</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการให้ชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจ บทบาทเกี่ยวกับ คปภ. และการประกันนั้นมีความคุ้มค่าในการทำประกันภัยในรูปแบบต่าง ๆ</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความสนใจใน คปภ. ซึ่งส่งเสริมชุมชน และมีการประกันผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการเป็นประธานชมรมท่องเที่ยวในชุมชน จึงไปร่วมต้อนรับแขกในงาน และมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่นำไปแสดงออกงานด้วย</li> </ul> <p>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการติดต่อทางโทรศัพท์</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการติดต่อทาง E-mail</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการติดต่อ คปภ. พื้นที่ จังหวัดเลยในพื้นที่ และติดตามข่าวสารผ่านทาง Youtube</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการติดต่อผ่านเทศบาลซึ่งเป็นเครือข่ายกับ คปภ.</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b>	
<b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถประชาสัมพันธ์การประกันภัยในรูปแบบต่างๆ ของบริษัท</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการได้ทราบปัญหาในแต่ละชุมชน และสามารถเข้าช่วยเหลือได้ทันท่วงที</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยกับทำให้ได้รู้จัก คปภ. ด้วย และสามารถถ่ายทอดได้</li> <li>- ยิ่งทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทราบว่ามีการประกันผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และมีการให้ความรู้แก่ชุมชนได้ในทุกภาค</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ</li> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้เกี่ยวกับประกันในรูปแบบต่างๆ เพิ่มมากขึ้น</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม)</li> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น สามารถนำไปใช้ได้</li> </ul>
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม / เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปแนะนำแก่ประชาชนทั่วไปในพื้นที่ที่ได้</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการจะแนะนำนักท่องเที่ยวให้ทำประกันอุบัติเหตุในการท่องเที่ยวในชุมชน</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	
<p><b>ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>	
<p><b>ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>
<p>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจดี อย่างน้อยทำให้ทราบหลักและเหตุผลที่ คปภ ดำเนินงานโครงการ</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในวิทยากรที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ที่ชัดเจน และยังมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในการนำเสนอ การประชาสัมพันธ์ที่ถ่ายแต่ละจังหวัด และการเชิญตัวแทนแต่ละจังหวัดมาร่วมงาน</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อโครงการ และสถานที่ชุมชนที่น่าสนใจ และการต้อนรับที่ดี มีบรรยากาศที่ดี</li> </ul> <p>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการเห็นว่าถ้ามีการจัดโครงการอีกก็จะเข้าร่วมโครงการอีกครั้ง โดยให้คนในชุมชนมาร่วมถ่ายทอด</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการสนใจในงานที่เกี่ยวกับวิถีชุมชน และการเกษตร</li> </ul> <p>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบว่าการทำประกันนั้นได้อย่างไร และได้รับความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ</li> </ul> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้ทราบว่าแต่ละชุมชนมีปัญหา และควรพัฒนาชุมชนนั้นต่อไปในทิศทางใด</li> <li>- ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาใช้ในการพัฒนาการใช้ในชีวิตประจำวัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้อย่างถูกต้อง สามารถเข้าใจการทำประกันซึ่งจะได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่</li> <li>- ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้เกี่ยวกับการประกันทางธุรกิจ</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b>	
<b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	
2. การรายงานผลการดำเนินงาน <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	2. การนำไปใช้ประโยชน์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	
3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการคิดว่าสถานที่ไม่สะดวกไกลจากถนนใหญ่ ทำให้เดินทางไม่สะดวก</li> <li>- สถานที่และการเดินทางไม่สะดวก</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ</b>	
<b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของประชาชน)</b>
1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรเปลี่ยนแปลงสถานที่ในการดำเนินโครงการ ให้มีความสะดวกต่อผู้เข้าร่วม</li> <li>- เป็นโครงการที่ดี เห็นควรให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เป็นประโยชน์กับประชาชน</li> <li>- ควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการ และแนบแผนที่ที่จัดโครงการด้วย</li> </ul>
2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีการปรับรูปแบบที่แตกต่างและเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้สนใจได้รับทราบข่าวสาร</li> <li>- ควรมีการจัดโครงการในภูมิภาคที่ใกล้บ้าน</li> </ul>



**โครงการที่ 11 โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า**

**ตารางที่ 5-13 โครงการที่ 11 โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ	
<p><b>ชื่อโครงการ</b> โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า (กองตรวจสอบและปฏิบัติการ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์)</p> <p><b>ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b> ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค (ตามกลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค)</p> <p><b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b> สามารถสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาด้านราคาและปริมาณสินค้าอุปโภคบริโภคได้ครอบคลุมทั่วประเทศ แต่ไม่ได้เป็นไปตามตัวชี้วัดดังนี้ (1) ไม่ได้มีจำนวนเครือข่ายฯ เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นตัวชี้วัดในกลยุทธ์ที่ 1 (2) ไม่ได้มีอัตราการขยายตัวคุณด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ 2.1 ในกลยุทธ์ที่ 2</p>	
บริบทโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จากการที่กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์มีหน้าที่กำกับดูแลราคาสินค้าให้เกิดความเป็นธรรม มิให้มีการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค เพื่อป้องปรามและป้องกันมิให้เกิดการฉวยโอกาส และจัดให้มีกลไกที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการ ซึ่งมีการใช้กลยุทธ์ทางการค้า เทคนิคต่างๆ มากขึ้นซึ่งมีโอกาสที่ผู้บริโภคจะถูกเอารัดเอาเปรียบทางการค้าได้ โดยที่ภาครัฐมีข้อจำกัดด้านงบประมาณและบุคลากร การที่จะเฝ้าระวังและดูแลผู้บริโภคอย่างทั่วถึงจึงจำเป็นต้องมีการสร้างเครือข่ายภาคประชาชน "อาสาธงฟ้า 1569" ให้เข้ามาเป็นแนวร่วมในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม สะท้อนปัญหา ให้คิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ในการดูแลราคา ปริมาณ ความเป็นธรรมทางการค้า รวมทั้งเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค การป้องกันการเอาเปรียบตามแนวทางที่กำหนดไว้</li> </ul> <p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในท้องตลาดมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมทั้งด้านราคา ปริมาณ และพฤติกรรมทางการค้า ประกอบกับอัตรากำลังของเจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนจำกัด ไม่สามารถกำกับดูแลได้อย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ จึงจำเป็นต้องสร้างเครือข่าย</li> </ul>	<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>



<p>เพื่อสอดคล้องดูแลราคา ปริมาณสินค้า ความเที่ยงตรงของ เครื่องชั่งในพื้นที่รับผิดชอบ และพฤติกรรมทางการค้าอื่น ๆ ของผู้ประกอบการ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- เพิ่มจำนวนเครือข่ายเพื่อให้การสอดคล้องดูแลราคาและ พฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการให้ทั่วถึงและ ครอบคลุมทุกพื้นที่</li><li>- ช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์งานของกรม เช่น โครงการประกันรายได้เกษตรกร การปิดป้ายแสดง ราคาสินค้าและค่าบริการ รวมทั้งการใช้เครื่องวัดความชื้น</li><li>- เข้าร่วมกิจกรรมกับกรมการค้าภายในเพื่อสร้าง ความสัมพันธ์ สร้างความรู้ ความเข้าใจ ในการปฏิบัติงาน</li></ul>	
ข้อมูลโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• วัตถุประสงค์<ul style="list-style-type: none"><li>- พัฒนาเครือข่ายภาคประชาชน“อาสาธงฟ้า 1569” ให้มี ส่วนร่วมในการช่วยสอดคล้องดูแลราคาสินค้า พฤติกรรม ทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม สะท้อนปัญหา ให้ข้อคิดเห็น รวมทั้งเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารให้ กรมการค้าภายใน</li><li>- เสริมสร้างจริยธรรมและพัฒนามาตรฐานทางการค้า โดยดูแลให้ประชาชนผู้บริโภค มีช่องทางเลือกซื้อสินค้าและ บริการที่เป็นธรรม โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้าเข้าร่วม รับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีการประกอบกิจการที่ดีตามเกณฑ์ มาตรฐานที่กำหนด</li></ul></li><li>• ระยะเวลาดำเนินการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ตุลาคม 2562 – กันยายน 2563</li></ul></li><li>• งบประมาณ<ul style="list-style-type: none"><li>- 4,100,000 บาท</li></ul></li><li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- กองตรวจสอบและปฏิบัติการ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์</li></ul></li><li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย<ul style="list-style-type: none"><li>- ประชาชนทั่วไป โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มอาหาร กลุ่มของใช้ประจำวัน กลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง กลุ่มสินค้า เกษตร และกลุ่มความเป็นธรรมทางการค้า ซึ่งจำแนกเป็น กลุ่มย่อยคือ วัตถุประสงค์อาหารสด และปัจจัยด้านการผลิต (ที่เต็มใจช่วยปฏิบัติการกิจของกรมการค้าภายใน ซึ่งเป็นผู้ที่ อยู่ในต่างจังหวัดมากกว่าในกรุงเทพฯ)</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผลลัพธ์ของโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถสร้างเครือข่ายในการเฝ้าระวังปัญหาด้านราคาและปริมาณสินค้าอุปโภคบริโภคได้ครอบคลุมทั่วประเทศ</li> </ul> </li> <li>● ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนผู้เข้าร่วมโครงการในระดับดี</li> </ul> </li> <li>● ตัวชี้วัดโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนสมาชิกอาสาสมัครทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 490 คน</li> <li>- สมาชิกฯ ส่งรายงานราคาสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง</li> <li>- สมาชิกฯ ร้อยละ 80 สามารถส่งรายงานสินค้าได้</li> <li>- สมาชิกฯ สามารถส่งรายงานได้ตามกำหนดเวลา</li> </ul> </li> </ul> <p>ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ มีความสัมพันธ์ตามแผนปฏิบัติการของกรมการค้าภายใน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนเครือข่ายผู้บริโภคในการดูแลราคาที่ไม่เป็นธรรม</li> <li>- จำนวนสมาชิกอาสาสมัครที่เข้าร่วมโครงการ</li> </ul>	
<p><b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<p>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความสนใจงานอาสาในด้านนี้อยู่แล้ว</li> <li>- เจ้าหน้าที่พาณิชย์จังหวัดและแนะนำ</li> <li>- อยากรู้เรื่องเกี่ยวกับราคาสินค้า</li> </ul> <p>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ติดต่อที่พาณิชย์จังหวัด</li> <li>- ส่งรายงานผ่านกลุ่ม Line</li> <li>- การเข้าร่วมอบรมสัมมนากลุ่มจังหวัด</li> <li>- ประสานงานกับเจ้าหน้าที่กรมฯ</li> <li>- ผ่านสายด่วน 1569</li> <li>- Facebook ของโครงการฯ และกรมฯ</li> <li>- การออกบูทขายสินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<p><b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b></p>	
<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาสาสมัครฯ สามารถนำความรู้ ความเข้าใจ ในกฎหมายของกรมฯ ความรู้ที่ได้รับจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การลงปฏิบัติภาคสนามจริง และเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แล้วนำไปใช้ในการสอดส่องดูแลและรายงานในสถานการณ์จริงของการติดป้ายราคา การกำหนด</li> </ul>	<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาสาสมัครฯ ได้รับผลดีจากความรู้ ได้แลกเปลี่ยนและมีเครือข่าย</li> <li>- เกิดความมั่นใจในการแนะนำเรื่องราคา การชั่งน้ำหนักสินค้า และถ่ายทอดความรู้ให้กับคนในชุมชน เพื่อนบ้าน ลูกหลาน ให้พวกเขาช่วยกัน</li> </ul>



<p>ราคา การชั่งตวงวัด ฯลฯ ได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งสามารถเสนอแนะข้อคิดเห็นและแนวทางการแก้ไขปัญหา</p>	<p>สอดคล้องดูแลด้วย หากพบการกระทำที่ไม่ถูกต้องให้แจ้งให้ต้นทราบบด้วยเพื่อที่จะไปแจ้งต่อหน่วยงาน 1569 และช่องทางรายงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เกิดผลดีในการเป็นสื่อกลางกระจายข้อมูลออกไปสู่ผู้ประกอบการ โดยประสานงาน และให้ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติตามกฎหมาย ทั้งการติดราคา ตั้งราคา การชั่งตวงวัดที่ถูกต้อง ไม่ใช่จับผิด</li> <li>- เกิดผลดีทั้งต่อทุกภาคส่วนที่ขายสินค้าและบริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคได้ซื้อของถูก</li> <li>- ได้ช่วยเหลือเพื่อนบ้าน คนอื่น ๆ ให้ได้รับประโยชน์ร่วมกัน</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>
<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>	<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- เปลี่ยนแปลงจนแบ่งเป็น 5 กลุ่มในปัจจุบัน คือ กลุ่มอาหารกลุ่มของใช้ประจำวัน กลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง กลุ่มสินค้าเกษตร และกลุ่มความเป็นธรรมทางการค้า ซึ่งจำแนกเป็นกลุ่มย่อยคือ วัตถุประสงค์อาหารสด และปัจจัยด้านการผลิต แต่ไม่อาจเพิ่มขึ้นได้เพราะข้อจำกัดด้านแผนงานและงบประมาณ</li> <li>- อย่างไรก็ตามมีข้อเสนอแนะให้ขยายจากระดับจังหวัดไปจนถึงระดับตำบลและเพิ่มจำนวนอาสาฯ ซึ่งต้องมีการพิจารณาดำเนินการต่อไป</li> </ul> </li> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม) <ul style="list-style-type: none"> <li>- เปลี่ยนแปลงไปจากรูปแบบเดิมที่ทำมาตั้งแต่ พ.ศ. 2548 โดยการใช้จดบันทึกและส่งรายงานในรูปแบบกระดาษตามช่องทางต่าง ๆ มีลักษณะเชิงรุก เห็นได้จากวิธีการทำงานแบบใหม่ ทั้งใช้ข้อมูลที่รายงานมาจากอาสาฯ ทั่วทั้งปวง การใช้เทคโนโลยีและการลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบของจังหวัดและจากส่วนกลาง</li> </ul> </li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ 90% ไม่ว่าจะเป็นการดูน้ำหนักตาชั่ง วิธีการสืบเสาะ หาข้อมูลสืบถามความจริง ซึ่งทำให้มีความรู้เพิ่มเติมจากการลงมือทำจริง</li> <li>- จากที่เข้าไปอบรมทุกปีในระดับภาค ได้ช่วยสังเกตการณ์และรายงานตามความเป็นจริง รวมทั้งประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการเป็นนักจัดรายการวิทยุ นักข่าวของตนด้วย</li> <li>- นำไปใช้ประโยชน์ในการบอกต่อเป็นทอด ๆ ช่วยสอดคล้องดูแลร่วมกันได้กว้างขึ้น</li> </ul> </li> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้านค้ากระตือรือร้น ให้ความร่วมมือ</li> <li>- เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นทั้งตัวอาสาฯเองและ ผู้ประกอบการค้าสินค้า รวมถึงตลาดสินค้านั้น ๆ</li> <li>- ผู้ค้าขายหัวนเกรงมากขึ้น ให้ความร่วมมือดี ผู้บริโภคได้รับประโยชน์มาก</li> <li>- ผู้ค้าขายปฏิบัติตามกฎระเบียบมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์มาก</li> <li>- ผู้บริโภคสะดวกมากขึ้นในการซื้อของเพราะมีป้ายราคา</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม / เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การใช้ Line Application แบบกลุ่ม ให้อาสาฯ ทั่วทั้งจังหวัดต่าง ๆ สามารถรายงานสถานการณ์ด้านราคาและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมถ่ายรูปส่งเข้ากลุ่ม Line ที่ตนเป็นสมาชิกอยู่เพื่อแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบทราบปัญหาและ</li> </ul>	



<p>หาทางตรวจสอบและแก้ไขตามขั้นตอนและกระบวนการ ปกติต่อไป</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การใช้กลุ่ม Line ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารใหม่ ผู้ที่เป็นสมาชิกอาสาสมัครฯ สามารถสอบถาม สะท้อนปัญหาและแสดงความคิดเห็นหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้กันในเรื่องราคาสินค้า การชั่งตวงวัดและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในบรรดาสมาชิกอาสาสมัครฯ และ / หรือเจ้าหน้าที่ของกรมทั้งส่วนกลางและระดับจังหวัด</li> <li>- การใช้กลุ่ม Line ยังถูกวางแผนให้ใช้งานได้ในสถานการณ์ภัยพิบัติ เกี่ยวกับการกักตุนสินค้า การปรับราคาสินค้า การขาดแคลนสินค้า การวางแผนสำรองสนับสนุน ฯลฯ</li> <li>- จะให้มี Application การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ เน้นการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ จากที่เคยมีผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับราคาสินค้าหรือข้อมูลอื่นในเชิงลบจนเป็นข่าวดังแต่ไม่มีข่าวหรือการเผยแพร่ข้อมูลว่า กรมฯ ได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาไปแล้วเพียงใด จึงจะให้มีการเผยแพร่ข้อมูลด้านบวกของการแก้ไขปัญหาสู่สาธารณะให้มากยิ่งขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ</li> <li>- กำลังเสนอโครงการฟื้นฟูเศรษฐกิจของคนในท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 กับเครือข่ายระดับตำบลกว่า 7,200 ตำบลทั่วประเทศ แต่ยังไม่ได้รับอนุมัติจากกรมบัญชีกลาง</li> </ul>	
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p><b>ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>	
<p><b>ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น) <ul style="list-style-type: none"> <li>- พึงพอใจกับทุกสิ่งของโครงการฯ ร้อยละ 80-90</li> <li>- พึงพอใจกับเจ้าหน้าที่ ความรู้ ผลที่ได้รับจากโครงการฯ</li> </ul> </li> <li>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ในเรื่องกระบวนการ เจ้าหน้าที่และผลที่ได้รับ</li> <li>- ต้องการเข้าร่วมโครงการต่อไปเรื่อย ๆ</li> </ul> </li> <li>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- คาดหวังให้ดำเนินโครงการต่อไปในทุกพื้นที่ ไปเรื่อย ๆ เพราะกรมฯ มีเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการติดตามลงพื้นที่จริงและส่งข้อมูลจริงในพื้นที่</li> </ul> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับความรู้ และนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก และนำไปใช้ประโยชน์ได้มากในการช่วยสอดส่องดูแลราคาสินค้าในตลาด โดยรวมแล้วอาสาฯ ร้อยละ 90 ที่ปฏิบัติงานได้ดี มีเพียงส่วนน้อยเพียงร้อยละ 10 ที่อาจปฏิบัติงานไม่ค่อยดีตามเป้าหมายที่วางไว้ เนื้อหาของการอบรม สัมมนาไม่มากไม่น้อยเกินไป</li> </ul>	
--	--

**ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)**

<p style="text-align: center;"><b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<p>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การปรับลดงบประมาณส่งผลให้ต้องปรับเปลี่ยนลักษณะการดำเนินการในภาคปฏิบัติทำให้ไม่ได้เนื้อหาครบทั้งปีงบประมาณ และจัดสัมมนาได้ไม่ครบทุกภาค แต่ก็ไม่ได้ลดจำนวนอาสาฯ ฟ้าลาง</li> <li>- อำนาจหน้าที่ของกรมการค้าภายในซึ่งมีข้อจำกัดและไม่เหมือนกับหน่วยงานอื่นซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายกว้างขวางกว่า ตามกระบวนการเมื่อมีการดำเนินการแล้วแจ้งผลให้แก่ผู้ร้องทราบ ในกรณีที่พบความผิด อาจมีการล่อซื้อ แล้วดำเนินคดีนำไปสู่การปรับ หรือหากไม่พบความผิด ทำให้ต้องยุติเรื่อง โดยไม่มีอำนาจมากกว่านี้</li> <li>- อาสาฯ ฟ้าฯ บางส่วนยังเข้าใจผิดว่า เป็นการสืบเสาะหรือจับผิดผู้กระทำผิดด้านราคาสินค้าและการชั่งตวงสินค้า</li> <li>- อาสาฯ ฟ้าฯ บางส่วนซึ่งเป็นผู้ค้าขาย ผู้ประกอบการที่ไม่สะดวกเข้าร่วมการสัมมนา แต่อาจส่งตัวแทนซึ่งอาจเป็นคนในครอบครัวหรือเพื่อนเข้ามาร่วมในการสัมมนา แต่ตัวแทนดังกล่าวอาจไม่ถ่ายทอดข้อมูลความรู้ได้อย่างถูกต้องครบถ้วน</li> <li>- มีสินค้าหรือรูปแบบการค้าใหม่ ๆ ตามความเปลี่ยนแปลงได้ก่อให้เกิดปัญหาใหม่ ๆ กฎหมายถูกระเบียบที่มีอยู่ยังไม่ชัดเจนและยังไม่ครอบคลุม และบุคลากรของกรมฯ มีข้อจำกัดด้านสมรรถนะในการบังคับใช้กฎหมาย เช่น หน้ากากอนามัย การซื้อขายสินค้าทางออนไลน์</li> </ul>	<p>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดอบรม สัมมนาในจังหวัดที่ไกลเกินไป</li> <li>- การจัดอบรม สัมมนาในจังหวัดอื่น ทำให้คนที่อยู่ในต่างจังหวัด (เช่น แม่ฮ่องสอน) เดินทางลำบากที่จะไปเข้าร่วม</li> <li>- วิทยากรถ่ายทอดความรู้บางคน ไม่ค่อยลึก และบางเรื่องไม่อาจเอามาใช้ประโยชน์หรือปฏิบัติได้จริง</li> <li>- รายการสินค้าที่ให้มา ไม่ตรงกับสินค้าที่มีขายในท้องถิ่น บางอย่างมี บางอย่างไม่มี</li> <li>- ระยะเวลาของวันที่อบรมน้อยเกินไป ไม่ค่อยมีการลงพื้นที่ฝึกปฏิบัติเท่าที่ควร</li> </ul>



<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	
2. การรายงานผลการดำเนินงาน - ไม่มีปัญหาใหญ่ มีบางส่วนที่อาจต้องปรับเปลี่ยนตามพื้นที่และสถานการณ์ - ในส่วนของการรายงานรายไตรมาส เกิดปัญหาจากการทำกิจกรรมที่ไม่เสร็จสิ้นตามกำหนดเวลาได้ เนื่องจากในช่วงแรก ๆ ของปีงบประมาณ เกิดความล่าช้าในการจัดสรรและได้รับงบประมาณ จึงทำให้รายงานในไตรมาสล่าช้าไปด้วย	2. การนำไปใช้ประโยชน์ - ขึ้นอยู่กับความสมัครใจ การเป็นจิตอาสา และตั้งใจทำงาน เพราะค่าตอบแทนน้อย
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	
3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ - ทางกรมฯ เห็นว่า จำนวนอาสาธงฟ้า ซึ่งเป็นเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้วยเช่นกันนั้นครอบคลุมตามอำนาจหน้าที่ของกรมการค้าภายใน (ซึ่งมีอยู่อย่างจำกัด) แล้ว ไม่ต้องเพิ่มจำนวนอาสาธงฟ้า ให้มากขึ้น จึงอาจไม่เป็นที่ไปตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ในแผนยุทธศาสตร์ฯ - ผลการดำเนินงานของโครงการฯ สามารถสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาด้านราคาและปริมาณสินค้าอุปโภคบริโภคได้ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ของประเทศ แต่ไม่ได้เป็นที่ไปตามตัวชี้วัดดังนี้ (1) ไม่ได้มีจำนวนเครือข่ายฯ เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นตัวชี้วัดในกลยุทธ์ที่ 1 เพราะจำนวนอาสาธงฟ้า ยังมีจำนวนเท่าเดิม ซึ่งไม่อาจเพิ่มจำนวนได้ (2) ไม่ได้มีอัตราวิทยากรตัวคูณด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ 2.1 ในกลยุทธ์ที่ 2 เพราะการทำโครงการอาสาธงฟ้า ไม่ได้เป็นที่ไปตามคำอธิบาย/ความหมายทั้งหมดของการเป็นวิทยากรในแผนยุทธศาสตร์คุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีเพียงทักษะความรู้ด้านการเฝ้าระวังและความรู้ด้านกฎหมาย	3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ - โดยรวมดีอยู่แล้ว
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	



ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ

สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)	สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรต้องจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อการดำเนินงานในโครงการฯ นี้</li> <li>- อาจต้องปรับเปลี่ยนลักษณะการดำเนินงานให้เหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลง แต่ยังคงยึดบทบาทหลักของอาสาสมัครฯ ตามอำนาจหน้าที่ของกรมการค้าภายใน ซึ่งมีข้อจำกัดและไม่เหมือนกับหน่วยงานอื่น</li> <li>- การที่อาสาสมัครฯ บางส่วนยังเข้าใจผิดว่า เป็นการสืบเสาะหรือจับผิดผู้กระทำผิดด้านราคาสินค้าและการชั่งตวงสินค้าสามารถแก้ไขได้ โดยเน้นย้ำและอธิบายเพิ่มเติมในการสัมมนาปีละครั้ง ว่าไม่ใช่การจับผิดแต่อย่างใด เพียงแค่ไปสอดส่องดูแลแล้วรายงานเข้ามาตามสภาพความเป็นจริง</li> <li>- กรณีอาสาสมัครฯ เป็นผู้ค้าขาย ผู้ประกอบการที่ไม่สะดวกเข้าร่วมการสัมมนา แต่อาจส่งตัวแทน ซึ่งอาจเป็นคนในครอบครัวหรือเพื่อนเข้ามาร่วมในการสัมมนา แต่ตัวแทนดังกล่าวอาจไม่ถ่ายทอดข้อมูลความรู้ได้อย่างถูกต้องครบถ้วน อาจแก้ปัญหาโดยเจ้าหน้าที่จากส่วนกลางลงพื้นที่ไปหาอาสาสมัครฯ เอง</li> <li>- อาจพิจารณาแก้ไขกฎระเบียบและประสานงานหรือบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นที่มีความเชี่ยวชาญทางเทคนิคและมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายสินค้าหรือรูปแบบการค้าใหม่ ๆ</li> <li>- ควรทำให้ระบบข้อมูลมีความเสถียร ครอบคลุมทุกข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่จัดเก็บและควรจัดเก็บ ซึ่งอาจมีจัดทำโปรแกรมการใช้งานเป็นฐานข้อมูลทำให้สามารถใช้งานได้ครอบคลุมทั่วประเทศที่เป็นระบบ</li> </ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้เข้าถึงประชาชน ควรคำนึงถึงว่า ทำอย่างไรให้ประชาชน/ ผู้บริโภคได้รับประโยชน์มากที่สุด</li> <li>- ควรทำให้สมาชิกอาสาสมัครฯ มีศักยภาพ ตั้งใจทำงานได้อย่างเต็มที่ในทุกส่วนไปจนถึงรายงานทุกวันทั้ง 1-6 ของเดือน</li> <li>- ควรเพิ่มศึกษาดูงานในสถานที่ต่าง ๆ มากขึ้น และให้ช่วยเหลือสินค้าเกษตรมากขึ้น ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อปากท้องของประชาชน</li> <li>- ควรเพิ่มสมาชิกอาสาสมัครฯ ถึงระดับตำบล เพื่อกระจายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่นโดยตรง</li> <li>- ต้องการให้มีเจ้าหน้าที่เข้ามาช่วยดูแล กำชับเรื่องแนวทางการสอดส่องดูราคา ควรให้คำแนะนำให้สมาชิกอาสาสมัครฯ จับตาดูสถานการณ์ราคาที่เปลี่ยนแปลงไป ให้รายงานตามราคาด่วน เวลานั้น ๆ เพราะราคาลดแล้ว บางคนยังรายงานราคาเก่ายู่</li> <li>- ควรเพิ่มระยะเวลาที่อบรม ให้มีการลงพื้นที่ฝึกปฏิบัติมากขึ้น โดยเยี่ยมร้านค้าในละแวกต่าง ๆ ให้มากขึ้น</li> <li>- ควรปรับรายการสินค้าที่ให้มาให้ทันสมัยและเพิ่มรายการราคาไข่ไก่เข้าไปด้วย เพราะเป็นสินค้าพื้นฐานในชีวิตประจำวัน</li> <li>- ควรจัดฝึกอบรม สัมมนาเกี่ยวกับราคาขายของสินค้าออนไลน์ ซึ่งต่างจากการติดป้ายราคาขายสินค้าที่ไม่ใช่ออนไลน์</li> </ul>
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอในแต่ละปีงบประมาณ</li> <li>- ในการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ไม่ควรไปกระทบกับการดำเนินงานที่มุ่งสอดส่องพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของผู้ค้า</li> </ul>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องการให้ทำโครงการต่อไปเรื่อย ๆ</li> <li>- ให้คนรุ่นใหม่เข้าร่วมอบรม สัมมนาได้แลกเปลี่ยนกับคนในชุมชน ได้พัฒนาท้องถิ่นต่อไป</li> </ul>



<p>ผู้ประกอบการ และมุ่งคุ้มครองผู้บริโภคตามประเภทสินค้าต่าง ๆ ทั่วประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- การบูรณาการการดำเนินงานระหว่างหน่วยงาน เช่น เครือข่ายอาสาธงฟ้าฯ และบริการสายด่วน 1569 สามารถบูรณาการการทำงานกับทาง สคบ. และเครือข่าย สคบ. ซึ่งมีอำนาจหน้าที่บังคับใช้กฎหมายที่กว้างขวางกว่า ทำให้ผู้เสียหายได้รับการชดเชยความเสียหาย ได้รับคืนสินค้า คืนเงิน ฯลฯ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ต้องการให้กรมฯ จัดอบรมร่วมกับผู้ประกอบการ ในจังหวัด โดยมีเจ้าหน้าที่และอาสาธงฟ้าฯ ในจังหวัดเข้าร่วมเพื่อหารือในการขับเคลื่อนงานของกรมฯ และเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย</li><li>- ต้องการให้จัดตั้งชมรมสมาชิกอาสาธงฟ้าฯ สร้างเครือข่ายระดับจังหวัดโดยมีพาณิชย์จังหวัดเป็นที่ปรึกษาเพื่อพูดคุยและระดมความคิดเห็นกันด้านงานของกรมฯ การคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมเศรษฐกิจของจังหวัด</li><li>- ในการสร้างเครือข่าย ควรรวมกลุ่มอาสาธงฟ้าฯ โดยจัดแบ่งกลุ่มตามประเภทสินค้า (ไม่จำกัดแต่จังหวัดของตนเอง) เพื่อให้ทำความรู้จัก ทำกิจกรรมร่วมกัน แลกเปลี่ยนและประสานกัน</li><li>- ควรดูแลเรื่องสินค้าออนไลน์ เพราะเกิดปัญหาได้ สินค้าไม่ตรงกับที่เห็นในรูป สินค้าราคาแพง และไม่มีระบุหรือแจ้งราคาสินค้าไว้</li></ul>
---	---



**โครงการที่ 12 กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค”)**  
**ตารางที่ 5-14** โครงการที่ 12 กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค”)

<b>ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ</b>	
<p><b>ชื่อโครงการ</b> กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค”) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค <b>ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b> <b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</b></p>	
<b>บริบทโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื่องจาก สคบ. เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง จึงได้มีการพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติต่างๆ เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองบริโภค ให้แก่เครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาคการศึกษา เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการอบรมซึ่งเป็นเครือข่ายของ สคบ. สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ต่อไป</li> <li>- สคบ. ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาเครือข่ายในมิติต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์องค์ความรู้ การรับเรื่องร้องเรียน การสร้างเครือข่าย บูรณาการทำงานร่วมกัน จึงทำให้ สคบ. จัดทำโครงการอบรมกฎหมายขึ้นมา ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2556 - ปัจจุบัน รวม 7 รุ่น โดยมีวัตถุประสงค์คือเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่เครือข่าย</li> <li>- ต้องการสร้างหลักสูตรให้กับเครือข่าย ทำงานคุ้มครองผู้บริโภคแทน สคบ. โดยกฎหมายที่อบรมหลักสูตรให้ประชาชนเป็นกฎหมายหลายฉบับ เช่น กฎหมายอาญากศจ. อย. เพื่ออบรมให้ความรู้กับเครือข่าย</li> </ul> <p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรเพิ่มระยะเวลาการบรรยายของแต่ละกองที่มาบรรยายให้ความรู้</li> <li>- หลักสูตรนี้มีระยะเวลาตลอดหลักสูตรคือ 11 วัน โดยแบ่งเป็นอาทิตย์ละ 2 วัน โดยรวมแล้วจะตกอยู่ที่ระยะเวลาประมาณ 2 เดือน ทำให้ผู้เข้าร่วมอาจเข้าร่วมการจัดโครงการไม่ครบตามหลักสูตรที่กำหนด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นการสร้างเครือข่ายทั้งในส่วนเจ้าหน้าที่และประชาชนเครือข่ายจากเจ้าหน้าที่ผู้แทนแต่ละหน่วยและเครือข่ายภาคประชาชน</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>- การถ่ายทอดกฎหมายทำได้ยาก เนื่องจากเป็นเรื่องของกฎหมายส่งผลต่อความเข้าใจของประชาชน</li><li>- สัดส่วนของภาคประชาชนน้อยลงเนื่องจากมีงบประมาณน้อยลง</li><li>- การนำไปใช้ของเครือข่ายที่ยังไม่สมบูรณ์ส่งผลทำให้จำนวนเรื่องร้องเรียนไม่ได้ลดลง</li></ul>	
<p style="text-align: center;"><b>ข้อมูลโครงการ</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• วัตถุประสงค์<ul style="list-style-type: none"><li>- เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แก่ผู้เกี่ยวข้องทั้งองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปช่วยเหลือสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li></ul></li><li>• ระยะเวลาดำเนินการ<ul style="list-style-type: none"><li>- 17, 18, 24, 25 และ 31 มกราคม 2562</li><li>- 1, 7, 8, 14, 15 และ 2 กุมภาพันธ์ 2562 รวม 11 วัน</li></ul></li><li>• งบประมาณ<ul style="list-style-type: none"><li>- 290,000 บาท</li></ul></li><li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- สคบ.</li></ul></li><li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย<ul style="list-style-type: none"><li>- สคบ. 37 คนเป็นบุคลากร สคบ. 9 คน</li><li>- ภาครัฐ</li><li>- ภาคเอกชน</li><li>- ภาคประชาสังคม</li><li>- สถานศึกษา</li></ul></li><li>• ผลลัพธ์ของโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำความรู้ไปเผยแพร่และใช้ประโยชน์ต่อได้</li><li>- เครือข่ายมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนของข้อกฎหมายจากหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต่างๆ</li><li>- เครือข่ายมีการบูรณาการทำงานร่วมกัน</li></ul></li><li>• ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ<ul style="list-style-type: none"><li>- อยู่ในระดับดี</li><li>- จากการสำรวจโดยแบบสอบถาม ผู้เข้าร่วมให้ความสนจใจร้อยละ 80</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตัวชี้วัดโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้อยละความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร้อยละ 80</li> <li>- ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร้อยละ 70</li> </ul> </li> </ul> <p>ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานอยู่ในส่วนยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul>	
<b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>
<p>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความต้องการอยากรู้เรื่องเกี่ยวกับกฎหมายและสิทธิของประชาชนเพื่อจะได้สามารถช่วยแก้ไขปัญหาสมาชิกได้มากยิ่งขึ้น</li> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการเป็นข้าราชการ สังกัดกองส่งเสริมการระงับข้อพิพาทกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพมีหน้าที่รับผิดชอบการรับเรื่องร้องทุกข์และการจัดกระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทการเข้าร่วมโครงการจึงเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานและจะได้นำความรู้ที่ผ่านการอบรมมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้สามารถให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นการพัฒนาองค์ความรู้และประสบการณ์อีกทั้งเป็นการสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการปฏิบัติงานร่วมกันกับหน่วยงานต่างๆ</li> <li>- ได้รับจดหมายแนะนำโครงการจาก สคบ. ทางองค์กรสนใจจึงส่งรายชื่อเข้าร่วมโครงการ</li> <li>- มีหนังสือเชิญ เนื่องจากทางคณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น มี MOU กับ สคบ.</li> <li>- เป็นอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาเลือก วิชากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul> <p>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- facebook ของ สคบ.</li> <li>- หลังการอบรมเสร็จสิ้นผู้ดำเนินโครงการได้ตั้งกลุ่มผ่าน application LINE เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร</li> <li>- อีเมล</li> <li>- จดหมายข่าว สคบ.</li> <li>- หมายเลขโทรศัพท์</li> <li>- โทรสาร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



<b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b>	
<b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b>	<b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b>
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ ความเข้าใจ ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น</li> <li>- เครือข่ายมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจของเครือข่าย</li> <li>- ผู้ปฏิบัติงานเครือข่ายภาคประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจและความมั่นใจในการปฏิบัติหน้าที่</li> <li>- เครือข่ายภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยสอนรับเรื่องให้คำแนะนำวันละ 2 คน ที่สำนักงานเขต</li> <li>- ความรู้ทางด้านกฎหมายกับเครือข่ายในชุมชน</li> </ul>	<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ประชาสัมพันธ์หน่วยงานของตนเองให้ประชาชนรับรู้รับทราบมากยิ่งขึ้น</li> <li>- ได้รับความรู้เกี่ยวกับการร้องเรียนมากยิ่งขึ้น</li> <li>- เกิดเครือข่ายพันธมิตรระหว่างหน่วยงานภาครัฐและประชาชน (เครือข่ายภาคประชาชน/อาสาสมัคร สคบ.) มีการติดต่อประสานงานการปฏิบัติงานในการรับเรื่องราวร้องทุกข์</li> <li>- รับทราบข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ผ่านการอบรมผ่าน application LINE</li> <li>- เกิดช่องทางการติดต่อประสานงานและการรับเรื่องราวร้องทุกข์</li> <li>- มีความรู้โครงสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น</li> <li>- เข้าใจในระบบการทำงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>- ตระหนักถึงความสำคัญของส่วนต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้กับองค์กรของผู้เข้าร่วมโครงการ</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อมูลการอบรมเครือข่ายปี 62 จำนวน 30 คน จัดมาแล้ว 6 รุ่น (เริ่มปี 56) รุ่นละ 50 รวมทั้งหมด 300 คน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สูงอายุชื่อของออนไลน์มากยิ่งขึ้นซึ่งทำให้เกิดปัญหาการโดนหลอกลวงการถูกชักจูงโดยคำโฆษณา จึงต้องการทราบข้อมูลในส่วนนี้ให้มากยิ่งขึ้น</li> </ul>
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีการบูรณาการการทำงานร่วมกัน เช่นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านข้อมูลการดำเนินงานในการช่วยเหลือผู้บริโภค การให้คำปรึกษา</li> <li>- ความชำนาญในการให้คำปรึกษา</li> <li>- การกลับเข้ามามีส่วนช่วยงานที่สำนักงานของ สคบ.</li> <li>- ภาคประชาชนเป็นเครือข่ายในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับกิจกรรมของหน่วยงานอื่น เช่น กรมคุ้มครองสิทธิ, คปภ. ส่วนใหญ่เป็นประธานเขตของประชาชนพื้นที่ละ 2 คนเพื่อเผยแพร่กับหน่วยงานอื่นๆ</li> </ul> </li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สินค้าสุขภาพสินค้าออนไลน์และเรื่องการร้องเรียน</li> <li>- รู้จักหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือประชาชนในการคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>- รู้จักช่องทางการขอรับบริการ รูปแบบและกระบวนการ</li> <li>- สามารถแก้ไขปัญหาเพื่อช่วยเหลือประชาชนได้มากขึ้น</li> <li>- ระมัดระวังและตระหนักถึงความสำคัญของผู้บริโภคมากขึ้นกว่าเดิม</li> </ul> </li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาจมีการขยายผลการดำเนินโครงการ ไปจัดในต่างจังหวัด หรือรับจำนวนแต่ละรุ่นเพิ่มมากขึ้น หรือมีการเริ่มเติมเนื้อหาสาระสำคัญ หรือให้มีความเข้มข้นกว่าเดิม</li> <li>- ลักษณะโครงการที่ดำเนินการยังมีลักษณะที่ไม่ใช่เชิงรุก หรือริเริ่มที่ชัดเจนยังเป็นวิธีการเดิมอยู่แต่เป็นลักษณะการเพิ่มจำนวนหลักสูตร</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าใจตัวผู้บริโภคและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น</li> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนรู้จักมากขึ้นและเข้าหาเพื่อขอความช่วยเหลือมากขึ้น</li> <li>- มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือประชาชนที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมหรือมีผลกระทบจากการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ/ การริเริ่ม/ เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จากเหตุการณ์โควิดที่ผ่านมาทำให้การจัดโครงการหลักสูตร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่เครือข่ายถูกยกเลิก ไม่สามารถจัดได้นั้น ทำให้อาณาเขตจะทำเป็นรูปแบบการอบรมออนไลน์</li> <li>- กลุ่มเป้าหมายจะมีการขยายไปในต่างจังหวัด จนถึงในภาคส่วน อปท.</li> <li>- ลักษณะกระบวนการใหม่ๆยังไม่เกิดขึ้นชัดเจนแต่มีแผนเป็นหลักสูตรออนไลน์ในอนาคต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชี้ช่องทางการเข้าถึงหรือการร้องเรียนร้องทุกข์</li> <li>- นำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อช่วยเหลือประชาชน</li> <li>- เกิดเครือข่ายการปฏิบัติงานร่วมกัน</li> <li>- ก่อนคิดค้นการโฆษณา คำโฆษณา คำแนะนำของสินค้า องค์กรจะนึกถึงผู้บริโภคเป็นหลักและระมัดระวังไม่ให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภค</li> <li>- มีการเพิ่มเติมในส่วนของการติดต่อสื่อสารภายใน เช่น การรวมกลุ่มการติดตามเป็นเครือข่าย</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<b>ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>	
<b>ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>	<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b>
<p>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- วิทยากรให้ความรู้เป็นอย่างดี ให้ความช่วยเหลือในการตอบข้อซักถามอย่างดี</li> <li>- ระยะเวลาการจัดดี</li> <li>- เกิดความตระหนักรู้และใช้วิจารณญาณมากขึ้นในเรื่องของการโฆษณา การซื้อสินค้าออนไลน์</li> <li>- มีแนวทางในการแก้ปัญหาและช่วยเหลือผู้อื่นและผู้ที่ได้รับ ความเสียหายในเรื่องต่าง ๆ</li> <li>- เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกตลอดการอบรมในระดับดีมาก</li> <li>- เอกสารประกอบการบรรยายมีความครบถ้วนสมบูรณ์ เนื้อหาทำความเข้าใจง่ายและมีความรู้เพียงพอในการศึกษาข้อมูล</li> <li>- อาหารว่าง เครื่องดื่ม อาหารกลางวัน สถานที่ ได้รับการให้บริการที่สะดวกสบาย</li> <li>- การศึกษาดูงานเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานจริง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- เจ้าหน้าที่เป็นมิตร คอยถามไถ่</li> </ul> <p>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรฝึกทบทวนให้ผู้รับการอบรมอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน</li> <li>- ศึกษาดูงานในสถานที่จริงอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นรูปแบบในการปฏิบัติงาน</li> <li>- สถานที่ค่อนข้างไกล เดินทางลำบาก</li> </ul> <p>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้เครือข่ายและอาสาได้รับความรู้เพิ่มเติมทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติโดยได้เรียนรู้และปฏิบัติจาก สคบ. โดยตรง เพราะมีหลายชุมชนในความรับผิดชอบและประธานในบางครั้งก็ไม่ได้มีความรู้ในเชิงลึกมากนัก</li> <li>- ศึกษาดูงานในสถานที่จริงเพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน</li> <li>- นำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง</li> <li>- ได้เครือข่ายพันธมิตรในการปฏิบัติงาน/ แนะนำ ประธานความร่วมมือต่างๆ</li> <li>- ส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน</li> <li>- ได้รู้จักและเข้าใจหน่วยงานของ สคบ.</li> <li>- ได้เครือข่ายจากการเข้าร่วมโครงการ</li> <li>- ให้ผู้บรรยายยกตัวอย่าง Case Study ของผู้ที่เดือดร้อนหรือได้รับผลกระทบ มาให้ผู้เข้าอบรม</li> </ul> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เกิดเครือข่ายพันธมิตร</li> <li>- ได้รับความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>- ช่องทางการติดต่อสื่อสารและการช่วยเหลือประชาชน</li> <li>- ได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆเพราะมีบางเรื่องที่ไม่เข้าใจหรือไม่เคยทราบมาก่อนก็ได้ความรู้รายละเอียดจากการเข้าร่วมโครงการ</li> </ul>	
---	--

**ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)**

<p style="text-align: center;"><b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<p>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ จากแผนยุทธศาสตร์ชาติ จนมาเป็นแผนของ สคบ. นั้น จนมาเป็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ในเรื่องการพัฒนาศักยภาพเครือข่าย</li> </ul>	<p>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหามีปริมาณมาก ต้องทำความเข้าใจอย่างละเอียด ถ้าหากผู้ดำเนินโครงการทำข้อมูลในรูปแบบของอินโฟกราฟิกจะง่ายต่อการทำความเข้าใจ</li> </ul>



<p>และส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค และท้องถิ่นนั้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การถูกลดงบประมาณ</li> <li>- หน่วยงานอื่นๆ ได้นำกลุ่มเครือข่ายดังกล่าวไปใช้งานต่อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบการอบรมเป็นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เข้ารับการอบรม นอกเหนือจากการบรรยายในห้องเรียน</li> <li>- สื่อประกอบการบรรยายส่งให้ผู้รับการอบรมศึกษาล่วงหน้าก่อน จะทำเป็นคู่มือการอบรม และคู่มือการปฏิบัติงานในรูปแบบเดี่ยวเรื่องง่ายกับการศึกษาและค้นหาข้อมูลหลังจากจบการอบรม.</li> <li>- ช่วงแรกของโครงการยังไม่พร้อมในการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก</li> <li>- เนื้อหาหรือการบรรยายบางส่วนยังไม่ชัดเจน</li> <li>- ตารางการอบรมค่อนข้างแน่น เนื้อหาเยอะ ทำให้ล้าทั้งผู้บรรยายและผู้เข้ารับการอบรม</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การอบรมพัฒนาให้กับเครือข่ายเป็นการสร้างความเข้มแข็งไม่ได้เป็นการเข้าซ้อนในหน้าที่ของเครือข่าย</li> </ul>	
<p>2. การรายงานผลการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ในบางเรื่องยังไม่ได้สัมผัสมาก จึงยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับบางเรื่องอย่างลึกซึ้ง อยากรู้จักโครงการแยกหมวดในการฝึกอบรมให้ชัดเจน โดยแบ่งหมวดในแต่ละครั้งและลงรายละเอียดในเรื่องนั้นๆ ให้มากกว่านี้</li> <li>- ข้อมูลและองค์ความรู้ของผู้ผ่านการอบรมยังไม่เพียงพอ</li> <li>- การส่งต่อข้อมูลเรื่องร้องทุกข์คลาดเคลื่อน</li> <li>- เนื้อหาบางส่วนยังไม่ละเอียดพอและยังไม่ใช้ประเด็นที่สามารถนำมาการปฏิบัติได้จริงของผู้เข้าร่วมโครงการ</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	
<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดความเหลื่อมล้ำ คือ การผลักดันการให้ความรู้เข้าไปถึง เครือข่าย อปท. ให้รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกต้อง และตรงต่อเหตุการณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักในการใช้ชีวิตสร้างความเป็นธรรมการพัฒนากฎหมายประกาศต่างๆ ให้เท่าทันเพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค</li> <li>- จะต้องมีกำหนัดดำเนินการต่อเนื่องหากขาดช่วงไปก็จะส่งผลต่อการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการตามแผน ตัวชี้วัดและเป้าหมายได้</li> </ul>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้ารับการอบรมมีภารกิจของหน่วยงานอาจจะเข้าร่วมการอบรมไม่ครบตามรายวิชา และระยะเวลาการอบรม</li> <li>- เนื้อหาการบรรยายค่อนข้างเยอะเกินไปทำให้ยากต่อการทำความเข้าใจ</li> <li>- ควรปรับปรุงสไลด์ประกอบการบรรยายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	



ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ	
สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)	สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- การสนับสนุนงบประมาณในเรื่องการขยายเครือข่ายความร่วมมือการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคส่งผลต่อความสำเร็จตามยุทธศาสตร์ 2</li><li>- อนาคตหากมีสภาองค์กรผู้บริโภคก็จะสามารถช่วยขับเคลื่อนได้</li></ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- จัดหลักสูตรทบทวนเนื้อหาวิชา</li><li>- จัดทำอินโฟกราฟิกเพื่ออำนวยความสะดวกการศึกษา</li><li>- ติดตามผลการปฏิบัติงานหรือส่งต่อข้อมูลข่าวสารให้ผู้ผ่านการอบรมอย่างต่อเนื่อง</li><li>- หากเป็นไปได้อยากให้เพิ่มเนื้อหาหรือหัวข้อเพิ่มขึ้นแต่เข้าใจเรื่องการจัดสรรเวลาของท่านวิทยากร</li></ul>
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- พยายามแยกให้ชัดเจนเป็นด้านๆ ประเภทของสินค้าและบริการต่างๆที่จะส่งผลการขับเคลื่อนหน่วยงานที่หลากหลายมากกว่านี้</li><li>- การมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับสูงจากทุกหน่วยงาน โดยอย่างน้อยคณะทำงานควรเป็นระดับผู้อำนวยการ</li></ul>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินโครงการในอนาคต</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- อยากให้ สคบ. ลงพื้นที่ชุมชนมาให้ความรู้กับประชาชนทั่วไปมากขึ้น ไม่ใช่เฉพาะกับสมาคมอยากให้ประชาชนอื่น ๆ มีโอกาสได้เข้าถึงการอบรมต่างๆ ของ สคบ. ด้วย</li><li>- ขยายเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมกับหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ภาคประชาชน</li><li>- พัฒนาช่องทางการติดต่อประสานงาน / ขยายช่องทางเพิ่มพื้นที่ของเครือข่าย</li><li>- ประชาสัมพันธ์โครงการให้มีความแพร่หลาย</li><li>- ควรมีป้ายแสดงสัญลักษณ์ผู้เข้าร่วมโครงการและเจ้าหน้าที่ เพื่อป้องกันการสับสน</li><li>- ให้มีการยกตัวอย่าง Case Study ของผู้ที่เดือดร้อนหรือได้รับผลกระทบให้มากขึ้น</li></ul>



โครงการที่ 13 กิจกรรม “คลินิก สคบ.”  
ตารางที่ 5-15 โครงการที่ 13 กิจกรรม “คลินิก สคบ.”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ

ชื่อโครงการ กิจกรรม “คลินิก สคบ.” (สคบ. ร่วมกับ คปภ. กองทุนประกันชีวิต กับกองทุนประกันวินาศภัย กสทช. สำนักงานมัย  
กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ)

ตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)

ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)

บริบทโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ที่มาของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพในการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถช่วยเหลือให้คำปรึกษาแนะนำ และเผยแพร่องค์ความรู้แก่ประชาชนในชุมชนได้อย่างเต็มกำลังความสามารถยิ่งขึ้นให้มีผลอย่างเป็นรูปธรรมและชัดเจนอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- ต้องการให้ชุมชน/ ท้องถิ่นมีกิจกรรมในพื้นที่</li> <li>- ต้องการให้วิทยากรตัวคูณไปเป็นวิทยากร โดยมี สคบ. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นพี่เลี้ยงให้ โดยร่วมกับ อย. กสทช.กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ</li> </ul> <p>2. ปัญหา / ประเด็นของโครงการที่ต้องการแก้ไข หรือดำเนินการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อจำกัดด้านสถานที่</li> <li>- ความชำนาญของวิทยากรตัวคูณ</li> </ul>	<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>
ข้อมูลโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อส่งเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>- เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในการเข้าถึงความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคการรับเรื่องราวร้องทุกข์และให้คำปรึกษา</li> <li>- เพื่อดำเนินการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อช่วยเหลือผู้บริโภค</li> </ul> </li> <li>• ระยะเวลาดำเนินการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 10 19 24 เมษายน 2562</li> <li>- 3 8 15 22 28 พฤษภาคม 2562</li> </ul> </li> <li>• งบประมาณ <ul style="list-style-type: none"> <li>- 100,000 บาท</li> </ul> </li> </ul>	<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- สคบ. ร่วมกับ คปภ. กองทุนประกันชีวิต กับกองทุนประกันวินาศภัย กสทช. สำนักอนามัย กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ</li> </ul> </li> <li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ชุมชนในกรุงเทพฯ 9 เขต ดินแดง ธนบุรี สายไหม บางบอน สวนหลวง สะพานสูง บางกอกน้อย บางรัก หนองแขม และสิ่งหีบรี</li> </ul> </li> <li>• ผลลัพธ์ของโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคสามารถนำความรู้ไปถ่ายทอดให้กับคนในชุมชนได้ และคนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบ</li> </ul> </li> <li>• ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในสถานที่วิทยากร รวมถึงอาหารเป็นอย่างมาก</li> </ul> </li> <li>• ตัวชี้วัดโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและมีการจัดกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul> </li> </ul> <p>ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อมูล</li> </ul>	
<p><b>บริบทโครงการ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สาเหตุที่เข้าร่วมโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำหน้าที่เป็นประธานในกลุ่มเครือข่าย</li> </ul> </li> <li>2. ช่องทางการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับผู้ดำเนินโครงการ             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ติดต่อโดยตรงกับเจ้าหน้าที่ของ สคบ.</li> <li>- ติดต่อผ่านคุณวิทยาซึ่งเป็นประธาน</li> <li>- สายด่วน 1166</li> <li>- อินเทอร์เน็ต</li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>
<p><b>ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ</b></p>	
<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)</b></p>	<p><b>ผลกระทบ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์             <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และนำไปถ่ายทอดให้คนในชุมชนรู้จักช่วยเหลือตนเองไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบ</li> <li>- การมีส่วนร่วมของชุมชนโดยพบว่าได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี</li> <li>- ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐเป็นอย่างดี</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์             <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นที่รู้จักต่อประชาชนและชาวบ้านมากขึ้น</li> <li>- เป็นตัวกลางผู้ช่วยเหลือให้กับประชาชน</li> <li>- มีประชาชนเข้าพบและปรึกษาข้อกฎหมาย ข้อขัดแย้งในสังคมมากยิ่งขึ้น</li> <li>- เป็นผู้ไกล่เกลี่ยให้กับประชาชน 90% เนื่องจากได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ มากยิ่งขึ้น</li> </ul> </li> </ol>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- เกิดการประหยัด บูรณาการใช้ทรัพยากรร่วมกัน</li> <li>- คนในชุมชนมีความรู้มากขึ้น รู้จัก สคบ. มากยิ่งขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนได้รับรู้ว่ามีการคุ้มครองสิทธิให้กับผู้บริโภคอะไรบ้าง</li> <li>- เกิดการเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายและประชาชนและเป็นที่รู้จักมากขึ้น</li> <li>- มีชาวบ้านสนใจมาตรา 40 มากขึ้น</li> <li>- มีการร้องเรียนที่ผู้ประกอบการเอาเปรียบผู้บริโภค</li> <li>- มีความรู้มากขึ้นเกี่ยวกับการประกันต่างๆ</li> </ul>
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้งบประมาณน้อย</li> <li>- มีการบูรณาการสูงกับหน่วยงานอื่นๆ</li> <li>- สร้างความเข้มแข็งของชุมชนประชาชน</li> <li>- มีการดำเนินการต่อเนื่องและสร้างความรู้กับชุมชนที่แท้จริง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนในพื้นที่ให้ความสนใจเข้ามาร่วมรับฟังเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากยังไม่มีเรื่องใหญ่ ๆ ให้ดูแลช่วยเหลือมาก จึงทำให้เครือข่ายยังไม่ได้ทำหน้าที่ให้เต็มกำลัง</li> </ul>
<p>2. การขยายผล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม / กลุ่มเป้าหมาย ภายหลังจากการดำเนินโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- การตั้งศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคให้แต่ละชุมชน</li> <li>- เกิดความรู้ ความเข้าใจ มากขึ้น</li> <li>- มีการปฏิบัติตามที่ สคบ. ได้นะนำ</li> </ul> </li> <li>• ลักษณะการดำเนินโครงการ (ลักษณะเชิงรุก, ลักษณะริเริ่ม, ลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะเดิมแต่มีการขยายไปสู่ภูมิภาค</li> <li>- หน่วยงานอื่นมาขอเข้าร่วมโครงการมากขึ้น กสทช. กรมคุ้มครองสิทธิ กรมอนามัย สถานีประชาชน คปภ. กองทุนประกันชีวิต เป็นต้น</li> </ul> </li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคมากขึ้น</li> <li>- เกิดการพูดคุยกันในชุมชนมากยิ่งขึ้น</li> <li>- ได้รับความรู้มากขึ้นในเรื่องที่หลากหลาย เช่น การรับเรื่องร้องเรียน และการซื้อสินค้าออนไลน์</li> <li>- มีความรู้เกี่ยวกับสิทธิมีมากขึ้น และทำให้สามารถนำไปแก้ปัญหาเบื้องต้นให้กับประชาชนได้ถึง 90 เปอร์เซ็นต์ จากจำนวนผู้มาปรึกษาทั้งหมด</li> <li>- ได้รับความรู้เกี่ยวกับการจัดการกับปัญหาได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับสินค้าออนไลน์</li> <li>- ผู้เข้าร่วมได้รับความรู้และนำไปสื่อสารโดยใช้โซเชียลแวกให้ประชาชนในชุมชน</li> </ul> </li> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับข้อมูลและนำไปเผยแพร่ให้กับเครือข่ายในชุมชน</li> <li>- ช่วยเหลือประชาชนได้มากขึ้น</li> <li>- พฤติกรรมเปลี่ยนไปในทางที่ดี มีผู้บริโภคในชุมชนมาปรึกษาผู้นำเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชนนั้น ๆ มากขึ้น</li> <li>- ฉลาดซื้อมากขึ้น</li> <li>- รู้จักการร้องเรียนและการแจ้งความ</li> <li>- นำความรู้ที่ได้มาช่วยไกล่เกลี่ยประนีประนอม รวมถึงแก้ปัญหาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. ลักษณะกระบวนการใหม่ ๆ / การริเริ่ม / เป้าหมายใหม่ที่เกิดขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถให้ความรู้ที่หลากหลายซึ่งมีหลายหน่วยงานเข้าร่วม</li> </ul>	
<p><b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	



ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ	
ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ	ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ
<p>1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- เจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ได้ดีให้คำแนะนำดีได้รับความรู้เป็นอย่างดี และถ่ายทอดสู่ชุมชนได้</li><li>- มีการรับเรื่องร้องเรียนซึ่งเป็นเรื่องที่ดี</li><li>- บุคลากรมีความหลากหลาย</li><li>- ให้ความรู้ได้ดี มีการให้ของจุกจิกให้กับประชาชนเล็กน้อย เป็นการจูงใจ</li><li>- การให้ข้อมูลของหน่วยงานที่ให้ความรู้กับประชาชนดี</li><li>- มีความพึงพอใจเป็นอย่างมากว่า สคบ. ให้ความสำคัญกับภาคประชาชนและการมีส่วนร่วมของประชาชน</li></ul> <p>2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- การจัดโครงการที่ใหญ่ขึ้น การอบรมให้ต่างจังหวัดมากขึ้น เนื่องจากประชาชนในเขตพื้นที่ต่างจังหวัดไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ สคบ. และสิทธิของตนเอง</li><li>- ต้องการให้มีป้ายประชาสัมพันธ์และโบรชัวร์ที่มากยิ่งขึ้น เพื่อจะได้นำไปแจกจ่ายให้ความรู้กับประชาชนได้เข้าถึงความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองและสิทธิของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น</li></ul> <p>3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ให้มีการจัดคลินิก สคบ. แบบนี้ต่อไปทุกๆปี</li><li>- อยากให้มีการจัดกิจกรรมแบบนี้เพื่อจะได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อกฎหมายที่เปลี่ยนแปลงและแปลกใหม่ เพื่อให้ทันตามยุคสมัย</li><li>- มีความต้องการให้ สคบ. มาให้ความรู้กับประชาชน โดยเฉพาะกับผู้สูงอายุ</li><li>- อยากให้นำเสนอข้อมูลใหม่ ๆ อยู่เสมอ</li></ul> <p>4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์สามารถนำไปกระจายสู่ชุมชนต่อได้</li><li>- ได้รับความรู้มากจากกิจกรรมนี้</li><li>- ได้รับความรู้เพิ่มเติมและหลากหลายมากขึ้น</li></ul>	<p>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</p>



ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)	
ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)	ปัญหาและอุปสรรค (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)
<p>1. การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ดำเนินการตามยุทธศาสตร์ที่ 3</li> <li>- ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>- เมื่อมีการบูรณาการ ประเด็นในการจัดกิจกรรมของโครงการก็ลดลงไม่เต็มเหมือนตอนเริ่มต้นโครงการ</li> </ul>	<p>1. เนื้อหา / กิจกรรม ของโครงการ</p> <p>ควรมีเงินสนับสนุนในการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น เบี้ยประชุม ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพราะในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าอาหาร ซึ่งในบางครั้งประธานต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง</p>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	
<p>2. การรายงานผลการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคไปถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับประชาชนในชุมชนได้ และประชาชนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองและประชาชนในชุมชนของตนเองได้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการถูกเอารัดเอาเปรียบ เกี่ยวกับเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคโดยผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค</li> <li>- วัดคะแนนการทำแบบทดสอบ pretest และ post test ซึ่งคะแนนที่ได้เกินร้อยละ 80 รวมถึงสามารถนำทักษะที่ได้รับจากการอบรมนำไปใช้ถ่ายทอดความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนในชุมชนหรือในเขตปฏิบัติงานมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้นสามารถคุ้มครองสิทธิของตนได้</li> </ul>	<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนบางส่วนที่เข้าร่วมโครงการ ยังไม่เข้าใจในเนื้อหา ซึ่งอาจเกิดจากระยะเวลาน้อย ข้อมูลที่ยังไม่ครบถ้วนและชัดเจน ประกอบกับไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นๆเป็นพื้นฐาน จึงมีการผิดเบาคำถามเพิ่มเติมกับประธานภายหลัง</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	
<p>3. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลายหน่วยงานไม่ตั้งโครงการของตนเอง มีแต่เข้าร่วมส่งผลให้การดำเนินการอยู่ในจำนวนที่น้อย</li> <li>- ในการดำเนินโครงการภายใน (9:5) จึงน้อยอยู่ในปัจจุบัน</li> <li>- ความร่วมมือของผู้เข้าร่วม</li> </ul>	<p>3. ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ในชุมชนผู้เข้าร่วมโครงการส่วนมาก คือ ผู้สูงอายุ เนื่องจากวัยรุ่นมักต้องทำงานในช่วงเวลาที่จัดโครงการ ซึ่งวัยรุ่นก็ควรได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยจะดีมาก</li> </ul>
<b>ข้อสังเกต / ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ</b>	
- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม	



ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ

สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบโครงการ / กิจกรรม)	สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ (ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ)
<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>1. ข้อเสนอแนะในภาพรวมเกี่ยวกับการโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัล เพื่อเป็นการกระตุ้นและเกิดแรงจูงใจให้กับประชาชนให้อยากเข้าร่วมกิจกรรมมากยิ่งขึ้น</li> <li>- ภาครัฐหรือข่ายเข้ามาร่วมให้ความรู้บ่อย</li> <li>- ควรมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มากยิ่งขึ้น</li> </ul>
<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีข้อสังเกต / ความคิดเห็นเพิ่มเติม</li> </ul>	<p>2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินโครงการในอนาคต</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรจัด คลินิก สคบ. อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งเพื่อให้ประชาชนมีความรู้ที่ทันสมัยและอัปเดต ควรมีงบประมาณที่ดำเนินการมากขึ้น เพื่อสนับสนุนให้มีประชาชนเข้าร่วมมากขึ้น</li> <li>- อยากเสนอให้ สคบ. จัดกิจกรรมหรือโครงการในวันอาทิตย์ เพื่อเปิดโอกาสให้แก่ กศน. และวัยรุ่นได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคของตนเอง</li> <li>- ให้ สคบ. มีอำนาจหน้าที่มากขึ้นให้ สคบ. มีกฎหมายเป็นของ สคบ. เองดำเนินการได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องส่งเรื่องต่อไปยังหน่วยงานอื่น</li> <li>- เสนอให้มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่เอาเปรียบผู้บริโภค</li> <li>- เสนอให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง สคบ. และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>- คาดหวังให้ สคบ. สนับสนุนการทำป้ายสำนักงานให้กับประธานและหัวหน้าผู้ประสานงานเพื่อสร้างการรับรู้ให้คนในพื้นที่</li> </ul>



## บทที่ 6

### การศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560-2562)

รายละเอียดผลการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติและวิเคราะห์ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

#### 1. ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2560-2562 ในภาพรวม

##### ตารางที่ 6-1 ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2560-2562 ในภาพรวม

กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2560-2561	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	ภาพรวมผลการดำเนินงาน
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค</b>			
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบการป้องกันควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย	1. มีการดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องโดยบรรลุค่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการ เช่น โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ(หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : อย.) การกำกับดูแลโฆษณาให้มีละเมิดสิทธิและเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคฯ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน กสทช.) 2. ไม่มีการดำเนินการบางโครงการ เนื่องจากไม่ได้รับงบประมาณ	1. การกำกับดูแลโฆษณามีให้ละเมิดสิทธิและเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การพิจารณาโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหลอกลวงผู้บริโภค หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ 2. โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ 3. โครงการเฝ้าระวังและติดตามข้อมูลโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพสื่อโทรทัศน์เชิงรุก 4. โครงการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จ.อุดรธานี และชุมชน จ.หนองคาย (ด้านการตลาด) 5. โครงการจัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี 6. กิจกรรม การติดตามตรวจสอบพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจด้านต่างๆ ตามภารกิจของ สคบ.	อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ ร้อยละ 134.09 การเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบในปี 2562  <b>บรรลุ</b>
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความเสียหาย ให้กับผู้บริโภค	- มีการพัฒนามาตรฐาน/มาตรการสำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตรายจากสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัยเกินค่าเป้าหมายและดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง	1.โครงการแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 2. โครงการประชาสัมพันธ์ร่างแนวทางการเรียกคืนสินค้าในไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ	จำนวนมาตรฐาน/มาตรการ/ระบบ ที่ถูกกำหนดสำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตรายจากสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย จำนวน 11 มาตรการ  <b>บรรลุ</b>





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2560-2561	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	ภาพรวมผลการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐาน มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	- มีการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เกินค่าเป้าหมายและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	1. โครงการชักชวนความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติ หลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 2. โครงการแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนกฎหมายที่ได้รับการ ทบทวน แก้ไข พัฒนาเพื่อ ประโยชน์ต่อประชาชนในปี 2562 จำนวน 8 ฉบับ  <b>บรรลุ</b>
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการ บริโภคอย่างยั่งยืน	- ไม่มีการดำเนินการ	1. โครงการส่งเสริมการผลิตและบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - สนับสนุนและให้สิทธิประโยชน์ผ่านมาตรการด้านเศรษฐศาสตร์ - ผลักดันภาคผู้ผลิตและเพิ่มปริมาณสินค้าเข้าสู่ตลาด - ผลักดันผู้บริโภค 2. โครงการเภสัชศาสตร์เพื่อสังคม : Pharmacy Watch 3. โครงการจัดทำแผนการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 เรื่อง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสู่การบริโภคที่ยั่งยืน 4. โครงการรณรงค์และสร้างความตระหนักให้แก่องค์กรผู้บริโภค องค์กรสิ่งแวดล้อม และภาคธุรกิจเป้าหมายของการบริโภคอย่างยั่งยืน	จำนวนกิจกรรมการส่งเสริม การบริโภคอย่างยั่งยืนในปี 2562 จำนวน 9 กิจกรรม  <b>บรรลุ</b>
กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	- มีการดำเนินการเกินค่าเป้าหมายขณะที่มีข้อสังเกตว่ามีการ ดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียว	1. MS Market แหล่งเรียนรู้ผู้ประกอบการ 2. โครงการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม : ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในเขต เทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี 3. โครงการส่งเสริมการแปรรูป และพัฒนาธุรกิจสัตว์น้ำ เพื่อก้าวสู่ SMART FARMING 4. โครงการเทคโนโลยีการแปรรูปน้ำมันเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว 5. แผนบูรณาการ การขับเคลื่อนการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและบริการของ ประเทศไทยด้วยแนวคิดการค้าเนกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อประโยชน์สูงสุดทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ประกอบด้วยโครงการวิจัย ภายใต้แผนจำนวน 3 โครงการ คือ - โครงการที่ 1 นวัตกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและ บริการของประเทศไทยภายใต้แนวคิดการค้าเนกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	จำนวนกิจกรรมสร้างจิตสำนึก เพื่อสังคมให้แก่ผู้ประกอบการ ในปี 2562 มีจำนวน 4 กิจกรรม  <b>ไม่บรรลุ</b>





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2560-2561	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	ภาพรวมผลการดำเนินงาน
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงการที่ 2 การพัฒนาศักยภาพชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์ (Experience Economy) และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</li> <li>- โครงการที่ 3 นวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</li> </ul>	
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค</b>			
<p>กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนและสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค</p>	<p>- มีการดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องโดยบรรลุค่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการ เช่น โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System) บูรณาการการดำเนินการเรื่องร้องทุกข์ และเชื่อมโยงข้อมูลเรื่องร้องทุกข์</p> <p>(หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี)</p> <p>การพัฒนาเครือข่ายศูนย์ร้องเรียนสายด่วน 1596</p> <p>(หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กรมการค้าภายใน)</p> <p>โครงการดำเนินงานศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารสาธารณะ (โทร 1584)</p> <p>(หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กรมการขนส่งทางบก)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การรายงานอุบัติเหตุกลุ่มหรือรายใหญ่ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการประกันภัย</li> <li>2. การดำเนินการเกี่ยวกับการพิจารณาเรื่องร้องเรียนที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้ได้รับการแก้ไขตามกระบวนการ</li> <li>3. โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการให้บริการประชาชน ด้านการอนุญาตการให้บริการข้อมูลข่าวสาร และการรับเรื่องร้องเรียน</li> <li>4. โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการบริหารข้อมูลกลางของสำนักงาน กสทช. (ระบบกลางการเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร ระบบกลางการบริหารการรับชำระตามใบแจ้งหนี้ (bill payment))</li> <li>5. โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System)</li> <li>6. โครงการการจัดการข้อมูลสำหรับการบูรณาการข้อมูลอุตสาหกรรม</li> <li>7. พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ความเป็นเลิศ <ul style="list-style-type: none"> <li>- การพัฒนาฐานข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียน/เสนอแนะบริการ</li> </ul> </li> <li>8. พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ความเป็นเลิศ <ul style="list-style-type: none"> <li>- การรับฟังความเห็น/ข้อร้องเรียนของผู้รับบริการหลายช่องทาง</li> <li>- เพิ่มช่องทางรับเรื่องร้องใช้ QR Code, mail: MDHA@kku.ac.th</li> </ul> </li> <li>9. การเข้าร่วมกับสถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (สรพ.) และกระทรวงสาธารณสุขเพื่อมุ่งความปลอดภัยผู้ป่วยและผู้ให้บริการ (2P Safety Hospital)</li> <li>10. โครงการคุ้มครองสิทธิประโยชน์การเข้าถึงบริการ</li> </ol>	<p>มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกระบบ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบันร้อยละ 95.91 การเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกระบบ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบันในปี 2562</p> <p style="text-align: center;"><b>บรรลุ</b></p>





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2560-2561	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	ภาพรวมผลการดำเนินงาน
		11. การพัฒนาเครือข่าย ศูนย์ร้องเรียน สายด่วน 1569 12. โครงการการพัฒนาการให้บริการผู้บริโภค โดยการเชื่อมโยงและการบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (OCPB Linkage)	
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค	- ไม่มีการดำเนินการ	1. ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center)	จำนวนเรื่องจัดทำบทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภค แต่ละด้านเสนอ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบายในปี 2562 รวม 1 เรื่อง  <b>บรรลุ</b>
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค</b>			
กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค	- ไม่มีการดำเนินการในปี 2560 แต่มีการดำเนินการเพิ่มเติมในปี 2561 โดยบรรลุค่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการ เช่น การจัดทำคู่มือการพิจารณาเครื่องหมายและฉลากผลิตภัณฑ์ตาม มอก. บังคับ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) การสร้างนวัตกรรมด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการมาตรฐาน (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) การผลิตสื่อวีดิทัศน์ Info Graphic เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน กสทช.)	1. โครงการส่งเสริมการนำเรื่องการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ไปใช้ในระดับอุดมศึกษา - การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ/ กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภค สื่อวิทยุ-โทรทัศน์ 2. โครงการการให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการและการบริโภคอาหารให้เหมาะสมตามวัยเพื่อสุขภาพที่ดีและป้องกันการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง 3. พัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรและการค้าผลไม้ภาคตะวันออก 4. โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมระดับประเทศ	อัตราการเพิ่มขึ้นของงานวิจัย/ องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 51.40 อัตราการเพิ่มขึ้นของงานวิจัย/องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในปี 2562  <b>บรรลุ</b>
กลยุทธ์ที่ 2 ให้ความรู้ผู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย	1. มีการดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง โดยบรรลุค่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการ เช่น โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงรุก - โครงการสารคดีสั้น 1 นาที กับ กปถ. เสริมสร้างความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กรมประชาสัมพันธ์ และกรมการขนส่งทางบก) โครงการสร้างความเข้าใจแก่เครือข่ายสื่อสารมวลชน เกี่ยวกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของภาครัฐ	1. กิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะ ประจำปี 2562 2. กิจกรรมการสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยของเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์มือถือ 3. กิจกรรมการสร้างความรู้ตระหนักรู้ให้แก่เยาวชนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมในระดับมัธยมศึกษา 4. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค  <b>ไม่บรรลุ</b>





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2560-2561	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	ภาพรวมผลการดำเนินงาน
	<p>(หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ เรื่อง สิทธิของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน กสทช.) 2. มีการดำเนินการโครงการใหม่เพิ่มเติมในปี 2561 ตัวอย่างเช่น การจัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.) โครงการผลิตสื่อเผยแพร่ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทางสื่อออนไลน์ (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</p>	<p>5. โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม - กิจกรรมการรณรงค์สร้างจิตสำนึกด้านคุณภาพเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีที่เกิดขึ้นในทุกระดับ</p> <p>6. โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม - กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่ภาคการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา</p> <p>7. สัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่ครู-อาจารย์ ระดับมัธยมศึกษา</p> <p>8. สัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่นักเรียนระดับอาชีวศึกษา</p> <p>9. กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคมชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค</p> <p>10. ค่ายอาสาพัฒนาสิทธิและสุขภาพครั้งที่ 35</p> <p>11. โครงการก่อสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยว</p> <p>12. โครงการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น</p> <p>13. กิจกรรม Chef Move to School</p> <p>14. โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงรุก - โครงการสารคดี สั้น 1 นาที กับ กปถ. เสริมสร้างความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน</p> <p>15. โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง</p>	
<p>กลยุทธ์ที่ 3 การติดตามตรวจสอบและสนับสนุนการทำงานของสื่อ</p>	<p>1. มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างโครงการ เช่น โครงการสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ระดับภูมิภาค (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพความร่วมมือเครือข่ายสื่อมวลชน (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</p> <p>2. ไม่มีการดำเนินการบางโครงการ เนื่องจากไม่ได้รับงบประมาณ</p>	<p>1. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์</p>	<p>ระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายต่อการเฝ้าระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคในปี 2562 อยู่ในระดับ 3</p> <p style="text-align: center;"><b>บรรลุ</b></p>
<p>กลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน</p>	<p>- ไม่มีการดำเนินการ</p>	<p>1. โครงการถ่ายทอดและเผยแพร่องค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชนในเขต จ.อุดรธานี</p> <p>2. โครงการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาทางการตลาดแก่ชุมชน ในเขต จ.อุดรธานี</p>	<p>อัตราที่ลดลงของการบริโภคสินค้าและบริการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชน</p> <p style="text-align: center;"><b>ไม่บรรลุ</b></p>





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2560-2561	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	ภาพรวมผลการดำเนินงาน
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค</b>			
กลยุทธ์ที่ 1 สร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	<p>- มีการดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง โดยบรรลุค่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการ เช่น สร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้าโดยส่งเสริมให้มีอาสาสมัคร 1569 เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : กรมการค้าภายใน)</p> <p>โครงการพัฒนาศักยภาพสมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค กทม. (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</p> <p>โครงการส่งเสริมความรู้ด้านการประกันภัยเชิงรุกสู่สาธารณชนทั่วประเทศผ่านหน่วยงานเครือข่าย/การให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของประชาชนด้านการประกันภัย (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน คปภ.)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการส่งเสริมการประกันภัยตามนโยบายภาครัฐเพื่อประชาชน โดยการจัดอบรม/ กิจกรรมให้ความรู้การประกันภัยให้แก่ประชาชนกลุ่มต่างๆ อาทิ เช่น กลุ่มเกษตรกร/ ผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องตามนโยบายภาครัฐ เป็นต้น</li> <li>2. โครงการ คปภ. เพื่อชุมชนประจำปี 2562</li> <li>3. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์</li> <li>4. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า</li> <li>5. โครงการพลังเครือข่ายเยาวชนพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค</li> <li>6. โครงการผู้นำเยาวชนตามรอยศาสตร์พระราชาเพื่อการเป็นสังคมบริโภคอย่างยั่งยืนและพอเพียง</li> </ol>	<p>ร้อยละ 28.93 ที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในปี 2562</p> <p><b>บรรลุ</b></p>
กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างโครงการ เช่น โครงการคลินิก สคบ. (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สคบ.)</li> <li>โครงการสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ระดับภูมิภาค (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน กสทช.)</li> <li>กิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้นำเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงาน กสทช.)</li> </ol> <p>2. มีโครงการในปี 2561 ที่ไม่มีการดำเนินการเนื่องจากไม่ได้รับงบประมาณ</p> <p>3. มีโครงการใหม่เกิดขึ้นใน ปี 2561 แต่เป็นการดำเนินงานของ สคบ.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการรณรงค์สร้างความตระหนักให้แก่องค์กรผู้บริโภคองค์กรสิ่งแวดล้อมและภาคธุรกิจ ในแนวทางของการบริโภคอย่างยั่งยืน - กิจกรรมวิทยากรตัวคุณ</li> <li>2. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์</li> <li>3. กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 77 จังหวัด ประจำปี 2562</li> <li>4. กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค รุ่น 7”)</li> <li>5. โครงการพัฒนาคุณภาพเครือข่ายอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค (อสคบ. รุ่นที่1)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. อัตราที่เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 60 อัตราที่เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในปี 2562</li> <li>2. ร้อยละของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 79.47 ของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในปี 2562</li> </ol> <p><b>บรรลุ</b></p>



กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2560-2561	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	ภาพรวมผลการดำเนินงาน
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค</b>			
กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	1. มีการดำเนินการโครงการใหม่ ๆ ในปี 2561 2. ไม่มีผลการดำเนินการโครงการ เนื่องจากไม่ได้รับงบประมาณ	1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม - กิจกรรมร้าน มอก.	ระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน สื่อสารมวลชน วิชาการ เอกชน ในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค ร่วมกับภาครัฐ ในปี 2562 ในระดับ 1  ไม่บรรลุ
		2. โครงการคลินิก สคบ.	
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน	- ไม่มีผลการดำเนินการ	- ไม่มีผลการดำเนินการ	อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ  ไม่บรรลุ





### 1.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางที่ 6-2 ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ ปี 2562
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย	การกำกับดูแลโฆษณาให้มีละเมิดสิทธิและเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การพิจารณาโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหลอกลวงผู้บริโภค หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ	สำนักงาน กสทช.	- เชิงคุณภาพ หลักเกณฑ์และดำเนินการบังคับใช้หลักเกณฑ์อย่างต่อเนื่อง
	โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	- เชิงปริมาณ อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ ร้อยละ 318.01 - เชิงคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานร้อยละ 94.51
	โครงการเฝ้าระวังและติดตามข้อมูลโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพสื่อโทรทัศน์เชิงรุก	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	- เชิงปริมาณ อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ ร้อยละ 22.14 - เชิงคุณภาพ ข้อมูลการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อโทรทัศน์ จำนวน 69 ช่องรายการ
	โครงการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จ.อุดรธานี และชุมชน จ.หนองคาย (ด้านการตลาด)	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เชิงปริมาณ อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 6 กลุ่ม มียอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 - เชิงคุณภาพ วิสาหกิจชุมชนทั้ง 6 กลุ่ม ได้รับการพัฒนาศักยภาพร้อยละ 80
โครงการจัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เชิงปริมาณ สินค้าและบริการของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ในเขตชุมชนเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี และผู้ประกอบการในเขต จ.อุดรธานี ได้รับการเก็บข้อมูลไว้ในฐานข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตรวจสอบ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 - เชิงคุณภาพ บริการเว็บไซต์ในเขตชุมชนเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี และผู้ประกอบการในเขต จ.อุดรธานี และผู้ประกอบการ การรวมถึงบุคคลที่ต้องการใช้ข้อมูลสามารถนำข้อมูลจากฐานข้อมูลไปใช้ประโยชน์ ประกอบการตัดสินใจได้	
กิจกรรม การติดตามตรวจสอบพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจด้านต่างๆ ตามภารกิจของ สคบ.	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เชิงปริมาณ ปริมาณของสินค้าและบริการหรือสถานประกอบการที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของ สคบ. ที่ได้รับการตรวจสอบทั้งสิ้น ในปีงบประมาณ 2562 จำนวน 966 ราย 12,622 ตัวอย่าง - เชิงคุณภาพ สินค้าและบริการหรือสถานประกอบการที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของ สคบ. ที่ได้รับการตรวจสอบเพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 62.13	





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ ปี 2562
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความเสียหาย ให้กับผู้บริโภค	โครงการแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เจริญปริมาณ 10 แนวทาง
	โครงการประชาพิจารณ์ร่างแนวทางการเรียกคืนสินค้าในไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เจริญปริมาณ ร่างแนวทางการเรียกคืนสินค้าในไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ 1 แนวทาง - เจริญคุณภาพ ประเทศไทยมีแนวทางการเรียกคืนสินค้าของประเทศสมาชิกตามวัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ของอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (The ASEAN Strategic Action Plan for consumer protection : ASARCP)
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	โครงการชักจูงความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เจริญคุณภาพ ผู้เข้าร่วมสัมมนามีความรู้ ความเข้าใจ และผ่านการประเมิน ร้อยละ 81.48
	โครงการแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เจริญปริมาณ 1. จำนวนกฎหมายที่ได้รับการพัฒนา จำนวน 6 ฉบับ 2. กฎหมายที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา จำนวน 6 ฉบับ - เจริญคุณภาพ การพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานถูกต้องตามกระบวนการจัดทำกฎหมาย โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุนและการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	โครงการส่งเสริมการผลิตและบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - สนับสนุนและให้สิทธิประโยชน์ผ่านมาตรการด้านเศรษฐศาสตร์ - ผลักดันภาคผู้ผลิตและเพิ่มปริมาณสินค้าเข้าสู่ตลาด - ผลักดันผู้บริโภค	กรมควบคุมมลพิษ	- เจริญปริมาณเกณฑ์ข้อกำหนดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น - เจริญคุณภาพ 1. ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคสินค้าและบริการเป็นมิตรเพิ่มมากขึ้น 2. ผู้ผลิตมีความตระหนักปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตสินค้าลดมลพิษตั้งแต่ต้นทางและมีความใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น
	โครงการเภสัชศาสตร์เพื่อสังคม : Pharmacy Watch	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เจริญปริมาณ กิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน จำนวน 2 กิจกรรมหลัก - เจริญคุณภาพ การดำเนินการ ระหว่างพฤษภาคม – กันยายน 2562 ผลที่ได้รับคือ ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทราบข้อมูลปริมาณตะกั่วที่เป็นพิษจากตัวอย่างในพื้นที่ที่ทำการวิเคราะห์ เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นประโยชน์สำหรับประชากรในการเลือกใช้อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในพื้นที่ทำการเก็บข้อมูล
	โครงการจัดทำแผนการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืนประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562 เรื่อง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคที่ยั่งยืน	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เจริญปริมาณ กิจกรรมจำนวน 3 กิจกรรมหลัก - เจริญคุณภาพ ผู้เข้าร่วมโครงการความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืน



กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ ปี 2562
	โครงการรณรงค์และสร้างความตระหนักให้แก่องค์กรผู้บริโภค องค์กรสิ่งแวดล้อม และภาคธุรกิจในแนวทางของกรบริโภค อย่างยั่งยืน	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เติงปริมาณ กิจกรรม จำนวน 1 กิจกรรมหลัก
กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	MS Market แหล่งเรียนรู้สู่ผู้ประกอบการ	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เติงปริมาณ จำนวนร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ ไม่น้อยกว่า 20 ร้านค้า มียอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 20 - เติงคุณภาพ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มีการประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎีจากการเรียน ในห้องเรียน มาปฏิบัติจริง ทำให้เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ เช่น สามารถ คำนวณรายได้ ค่าใช้จ่าย ต้นทุน กำไร ขาดทุน การจัดหน้าร้าน การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการขาย ได้อย่างเหมาะสม
	โครงการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม : ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในเขตเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เติงปริมาณ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมในเขต จ.อุดรธานี ทั้ง 8 กลุ่ม มียอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อย กว่าร้อยละ 20 - เติงคุณภาพ อาจารย์และนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการมีจิตสำนึก รักชุมชนและสังคมในพื้นที่ ที่ตนเองรับผิดชอบ และผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการมีจิตสำนึกรักชุมชน และสังคมที่ตนเองอยู่
	โครงการส่งเสริมการแปรรูป และพัฒนาธุรกิจสัตว์น้ำ เพื่อ ก้าวสู่ SMART FARMING	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เติงปริมาณ 1. มีผู้เข้าร่วมการอบรม ครั้งที่ 1 จำนวน 120 คน ครั้งที่ 2 จำนวน 100 คน รวม 220 คน 2. ผู้เข้าร่วมการอบรมได้ความรู้ทั้งในด้านวิชาการและทักษะในการลงมือปฏิบัติจริง เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 85 - เติงคุณภาพ ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมการอบรม/หน่วยงาน/องค์กรที่รับบริการวิชาการ และวิชาชีพต่อประโยชน์จากการบริการ มากกว่าร้อยละ 85
	โครงการเทคโนโลยีการแปรรูปน้ำมันเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เติงปริมาณ 1. จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 240 คน 2. ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 85.69 3. ผู้เข้าร่วมโครงการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ ร้อยละ 87.54 - เติงคุณภาพ ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 85.01
	แผนบูรณาการ การขับเคลื่อนการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยด้วยแนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อประโยชน์สูงสุดทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ประกอบด้วยโครงการวิจัยภายใต้แผน จำนวน 3 โครงการ คือ	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เติงปริมาณ โครงการที่ 1 โครงการวิจัยนวัตกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย ภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม 1. องค์ความรู้เรื่องบริบท องค์ประกอบ ปัจจัยสู่ความสำเร็จและแนวปฏิบัติที่ดีเพื่อถอด บทเรียนของการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการในต่างประเทศ จำนวน 1 เรื่อง





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ ปี 2562
	<p>- โครงการที่ 1 นวัตกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p> <p>- โครงการที่ 2 การพัฒนาศักยภาพชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์ (Experience Economy) และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p> <p>- โครงการที่ 3 นวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p>		<p>2. องค์ความรู้เรื่ององค์ประกอบ บทบาท การมีส่วนร่วม และการขับเคลื่อนของภาคีที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย จำนวน 1 เรื่อง</p> <p>3. องค์ความรู้เรื่องสมรรถนะของการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการในต่างประเทศและประเทศไทย จำนวน 1 เรื่อง</p> <p><i>โครงการที่ 2</i> การพัฒนาศักยภาพชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์ (Experience Economy) และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p> <p>1. องค์ความรู้เรื่อง ศักยภาพ สมรรถนะ และความต้องการมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ของชุมชนให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม จำนวน 1 เรื่อง</p> <p>2. องค์ความรู้เรื่อง ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์ การดำเนินการเพื่อสังคม และด้านความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของพื้นที่ จำนวน 1 เรื่อง</p> <p><i>โครงการที่ 3</i> นวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p> <p>1. ได้้องค์ความรู้เรื่อง นวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม จำนวน 1 เรื่อง</p> <p>2. ได้้องค์ความรู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม</p> <p>- เชิงคุณภาพ</p> <p><i>โครงการที่ 1</i></p> <p>1. ผู้ใช้ประโยชน์ได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการในประเทศไทยภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม</p> <p>2. เกิดการเผยแพร่องค์ประกอบ บทบาท การมีส่วนร่วม และการขับเคลื่อนของภาคีที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย</p>





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ ปี 2562
			<p>โครงการที่ 2</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้จากการวิจัยไปยังภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ทราบถึงต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม</li> <li>เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้จากการวิจัยไปยังภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทราบถึงการพัฒนาศักยภาพของชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม</li> </ol> <p>โครงการที่ 3</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ภาคีที่เกี่ยวข้องรับทราบถึงนวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม</li> <li>ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการมีความรู้ความเข้าใจ ในนักท่องเที่ยวเพื่อสังคม</li> </ol>

ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ บรรลุเป้าหมายจำนวน 4 กลยุทธ์ และไม่บรรลุเป้าหมาย 1 กลยุทธ์ ผลจากการดำเนินการตามตารางข้างต้น สรุปประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ ส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการประเมินผล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ต่าง ๆ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี
2. จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการประเมินผลได้มากกว่านี้ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความครบถ้วนจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์
3. ควรเพิ่มจำนวนโครงการที่สะท้อนตามกลยุทธ์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความหลากหลายจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

เมื่อพิจารณาข้อมูลผลการดำเนินงานในยุทธศาสตร์ที่ 1 ประจำปี 2562 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้





### 1.1.1 กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ

หน่วยวัด : ร้อยละ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
6	7	8	9	10

สูตรการคำนวณ :

$$\frac{\text{จำนวนสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบปีปัจจุบัน} - \text{ปีก่อน}}{\text{จำนวนสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบปีก่อน}} \times 100$$

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : อัตราการเพิ่มขึ้นของ สินค้าและบริการที่ได้รับการ ตรวจสอบ	ร้อยละ 134.09 การเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการ ตรวจสอบในปี 2562 ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วย ข้อมูลตามตารางดังนี้
--	--



ตารางที่ 6-3 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 (ในยุทธศาสตร์ที่ 1)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. การกำกับดูแลโฆษณาให้มีละเมิดสิทธิ และเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคให้เป็นไป ตามหลักเกณฑ์การพิจารณาโฆษณาอันมี ลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหลอกลวง ผู้บริโภค หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อน รำคาญ  (สำนักงาน กสทช.)	ติดตาม ตรวจสอบ/เฝ้าระวังการออกอากาศรายการ หรือโฆษณา ที่เข้าข่ายการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น รายการ/ โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ การโฆษณาหลอกลวง เกินจริง หรือดำเนินการในกรณีมีข้อร้องเรียน หรือสินค้าบริโภค พร้อมทั้งจัดทำเอกสาร หลักฐาน ประกอบการดำเนินการกำกับ ดูแลฯ และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินการตามกฎหมาย ได้แก่ 1) โทษที่ค้นที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ โทรทัศน์ดาวเทียมและโทรทัศน์เคเบิล) จำนวนประมาณ 714 ช่องรายการ 2) โทษที่ค้นในระบบดิจิทัล จำนวนประมาณ 27 ช่องรายการ 3) กิจกรรมกระจายเสียง ประเภทกิจการทางธุรกิจ จำนวนประมาณ 2,857 สถานี เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาออกใบอนุญาตและต่อ อายุใบอนุญาต การเปลี่ยนแปลงชื่อ และการยกเลิกการประกอบ กิจการ ตลอดจนตรวจสอบประวัติฯ เพื่อประกอบการพิจารณา เรื่องร้องเรียน ซึ่งมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	- เฝ้าระวัง หลักเกณฑ์และดำเนินการ บังคับใช้หลักเกณฑ์อย่างต่อเนื่อง	-	ผลการดำเนินงานของโครงการ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงาน มาใช้ในการประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้) ไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกล ยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ ร่วมในการประมวลผลในครั้งนี้
2. โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ  (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)	ตรวจสอบ เฝ้าระวังคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัยของ ผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เป็นไปตามกฎหมาย (ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้แก่ ยา อาหาร เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง วัตถุอันตราย และ วัตถุเสพติด)	- เฝ้าระวัง ปริมาณอัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้า และบริการที่ได้รับการตรวจสอบ ร้อยละ 318.01 - เฝ้าระวัง ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานร้อย ละ 94.51	ร้อยละ 318.01	
3. โครงการเฝ้าระวังและติดตามข้อมูล โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพสื่อโทรทัศน์เชิงรุก  (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)	- เฝ้าระวัง ตรวจสอบการโฆษณา ผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อโทรทัศน์ - ดำเนินการตามมาตรการทางกฎหมายของสำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา และหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการกำกับ ดูแล คุ้มครองผู้บริโภค	- เฝ้าระวัง ปริมาณอัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและ บริการที่ได้รับการตรวจสอบ ร้อยละ 22.14 - เฝ้าระวัง ข้อมูลการเฝ้าระวังโฆษณา ผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อโทรทัศน์ จำนวน 69 ช่องรายการ	ร้อยละ 22.14	
4. โครงการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จ.อุดรธานี และชุมชน จ.หนองคาย (ด้านการตลาด)	- จัดโครงการ วันที่ 24 มกราคม – 31 มีนาคม 62 ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ ชาวบ้านในชุมชน จ.อุดรธานี และชุมชน จ.หนองคาย จำนวน 20 คน นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด จำนวน 10 คน อาจารย์สาขาวิชา	- เฝ้าระวัง ปริมาณ อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและ บริการของวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 6 กลุ่ม มียอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20	



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
(สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	การตลาด 1 คน ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการภาพรวม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 วิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย 1. กลุ่มวิสาหกิจศูนย์การเรียนรู้กาแฟนาญ จ.อุดรธานี 2. กลุ่มวิสาหกิจสมุนไพรเชียงเพ็ง จ.อุดรธานี 3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงบ้านห้วยไร่บุรพา จ.อุดรธานี 4. กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปเห็ดนางฟ้าชุมชนบ้านหนองแขง จ.อุดรธานี 5. กลุ่มวิสาหกิจอุดรเมล่อนฟาร์ม จ.อุดรธานี 6. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเตื่อ จ.หนองคาย จัดโดยสาขาวิชาการตลาด	- เชิงคุณภาพ วิสาหกิจชุมชนทั้ง 6 กลุ่ม ได้รับการพัฒนาศักยภาพ ร้อยละ 80	(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
5. โครงการจัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	- จัดโครงการ ระหว่างเดือนม.ค. 61- ก.พ. 62 เข้าร่วมโครงการ คือ ผู้ให้บริการเว็บไซต์ในเขตชุมชนเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี จำนวน 200 คน และผู้ประกอบการในเขต จ.อุดรธานี จำนวน 18 คน ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการภาพรวมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 จัดโดยสาขาวิชาการตลาด	- เชิงปริมาณ สินค้าและบริการของ ผู้ให้บริการเว็บไซต์ในเขตชุมชนเทศบาล เมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี และผู้ประกอบการ ในเขต จ.อุดรธานี ได้รับการเก็บข้อมูลไว้ใน ฐานข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการ ตรวจสอบ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 - เชิงคุณภาพ บริการเว็บไซต์ในเขตชุมชน เทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี และผู้ ประกอบ การในเขต จ.อุดรธานี และผู้ ประกอบ การรวมถึงบุคคลที่ต้องการใช้ ข้อมูลสามารถนำข้อมูลจากฐานข้อมูลไปใช้ ประโยชน์ประกอบการตัดสินใจได้	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
6. กิจกรรม การติดตามตรวจสอบ พฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจด้านต่าง ๆ ตามภารกิจของ สคบ.  (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	เป็นการการติดตามตรวจสอบพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจด้าน ต่างๆ ตามภารกิจของ สคบ. โดยมีการจัดในรูปแบบโครงการและไม่ได้ จัดทำในรูปแบบของโครงการ แต่เป็นกิจกรรมที่ สคบ. ดำเนินการเป็น ประจำทุกปี โดยใช้งบประมาณของหน่วยงาน สรุปการดำเนินงาน ดังนี้ - ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ (ราย) คิดเป็นร้อยละ 56.63 - ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ (ตัวอย่าง) คิดเป็นร้อยละ 67.63 - ค่าเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 62.13	- เชิงปริมาณ ปริมาณของสินค้าและ บริการหรือสถานประกอบการที่อยู่ใน อำนาจหน้าที่ของ สคบ. ที่ได้รับการ ตรวจสอบทั้งสิ้น ในงบประมาณ 2562 จำนวน 966 ราย/ 12,622 ตัวอย่าง - เชิงคุณภาพ สินค้าและบริการหรือสถาน ประกอบการที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของ สคบ. ที่ได้รับการตรวจสอบเพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 62.13	ร้อยละ 62.13	
<b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์</b>			<b>บรรลุ</b>	





ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 6 โครงการ ในจำนวน 6 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)
2. โครงการเฝ้าระวังและติดตามข้อมูลโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพสื่อโทรทัศน์เชิงรุก (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)
3. กิจกรรม การติดตามตรวจสอบพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจด้านต่างๆ ตามภารกิจของ สคบ. (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

การติดตามประเมินผล พบว่า มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. การกำกับดูแลโฆษณามีให้ละเมิดสิทธิและเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การพิจารณาโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หลอกลวงผู้บริโภค หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ (สำนักงาน กสทช.)
2. โครงการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จ.อุดรธานี และชุมชน จ.หนองคาย (ด้านการตลาด) (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
3. โครงการจัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)

ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้ ในภาพรวม พบว่า ในแต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี และควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการขยายผลการตรวจสอบสินค้าและบริการประเภทอื่น ๆ





1.1.2 กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความเสียหาย ให้กับผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : จำนวนมาตรฐาน/มาตรการ/ระบบ ที่ถูกกำหนดสำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตรายจากสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย

หน่วยวัด : จำนวนมาตรฐาน/มาตรการ/ระบบ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
2	4	6	8	10

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : จำนวนมาตรฐาน/ มาตรการ/ระบบ ที่ถูกกำหนด สำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตรายจากสินค้าและ บริการที่ไม่ปลอดภัย	จำนวนมาตรฐาน/มาตรการ/ระบบ ที่ถูกกำหนดสำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตรายจากสินค้าและบริการที่ ไม่ปลอดภัย จำนวน 11 มาตรการ ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
---	---





ตารางที่ 6-4 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2 (ในยุทธศาสตร์ที่ 1)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. โครงการแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค  (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาเรื่องให้ธุรกิจการขายรถยนต์ใช้แล้วเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ.2562</li> <li>2. การรับฟังความคิดเห็นคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่อง ห้ามขายสินค้า อุปกรณ์เสริมจมูก (Nose Secret) เป็นการชั่วคราว</li> <li>3. การรับฟังความคิดเห็นคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่อง ห้ามขายสินค้าลูกโป่งบรรจุก๊าซไฮโดรเจนเป็นการชั่วคราว</li> <li>4. การศึกษาแนวทางการจัดทำกฎกระทรวงว่าด้วยการโฆษณาที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญตามมาตรา 23 พรบ.คุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>5. การศึกษาแนวทางการจัดทำกฎกระทรวงว่าด้วยการโฆษณาลดราคาโดยการเปรียบเทียบกับราคาก่อนหน้า</li> <li>6. การศึกษาแนวทางการจัดทำร่างกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคจากการขายสินค้าหรือบริการเชิงรุก</li> <li>7. การรับฟังความคิดเห็นต่อการแก้ไข เพิ่มเติม ปรับปรุงหรือยกเลิกประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาเรื่องให้ธุรกิจเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ.2544</li> <li>8. การรับฟังความคิดเห็นการพิจารณาทบทวน (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาเรื่องให้ธุรกิจการให้เช่าอาคารเพื่ออยู่อาศัยเป็นธุรกิจควบคุมสัญญา (ฉบับที่ 2 ) พ.ศ. ....</li> <li>9. การรับฟังความคิดเห็นต่อร่างพระราชบัญญัติความซื่อสัตย์ของสินค้า พ.ศ. ....</li> <li>10. การรับฟังความคิดเห็นต่อร่างพระราชบัญญัติการแจ้งเตือนภัยและจัดการสินค้าที่ไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค พ.ศ. ....</li> </ol>	- เจริญปริมาณ 10 มาตรการ	10 มาตรการ	
2. โครงการประชาพิจารณ์ร่างแนวทางการเรียกคืนสินค้าในไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ  (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	การรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อร่างแนวทางการเรียกคืนสินค้าในไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ	- เจริญปริมาณ ร่างแนวทางการเรียกคืนสินค้าในไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ 1 มาตรการ - เจริญคุณภาพ ประเทศไทยมีแนวทางการเรียกคืนสินค้าของประเทศสมาชิกตามวัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ของ	1 มาตรการ	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
		อาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (The ASEAN Strategic Action Plan for consumer protection ASARCP)		
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			บรรลุ	

ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 2 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 2 โครงการ ในจำนวน 2 โครงการนี้ มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)
2. โครงการประชาสัมพันธ์ร่างแนวทางการเรียกคืนสินค้าในไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

ซึ่งในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ ในภาพรวม พบว่า ในแต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ แต่พบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาเข้าร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความครบถ้วนจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ และควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนมาตรฐาน/ มาตรการ/ ระบบ สำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตราย จากสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ ที่ไม่ปลอดภัย





### 1.1.3 กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : จำนวนกฎหมายที่ได้รับการทบทวน แก้ไข พัฒนาเพื่อประโยชน์ต่อประชาชน

หน่วยวัด : จำนวนกฎหมาย

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
6 ฉบับ	7 ฉบับ	8 ฉบับ	9 ฉบับ	10 ฉบับ

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : จำนวนกฎหมายที่ได้รับการทบทวน แก้ไข พัฒนาเพื่อประโยชน์ต่อประชาชน	จำนวนกฎหมายที่ได้รับการทบทวน แก้ไข พัฒนาเพื่อประโยชน์ต่อประชาชนในปี 2562 มี 8 ฉบับ ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
---	--





ตารางที่ 6-5 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 3 (ในยุทธศาสตร์ที่ 1)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. โครงการชักชวนความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	- ดำเนินการชักชวนความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 - วันที่ 25 - 26 กรกฎาคม 2562 ณ โรงแรมเซ็นทรา ศูนย์ราชการฯ	- เชิงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมสัมมนามีความรู้ความเข้าใจ และผ่านการประเมิน ร้อยละ 81.48	2 ฉบับ	ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 3 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว ดังนั้นควรพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากหน่วยงานอื่น เพื่อการสะท้อนผลที่ชัดเจนขึ้น
2. โครงการพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	สคบ. ดำเนินการพัฒนากฎหมายตามแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในลักษณะของกิจกรรมภายใต้โครงการพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผลการดำเนินงานสรุปดังนี้ จำนวนกฎหมายที่ได้รับการพัฒนาในกระบวนการต่าง ๆ จำนวน 6 ฉบับ - กฎหมายที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา จำนวน 6 ฉบับ 1. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 2. พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 3. การแก้ไข เพิ่มเติม ปรับปรุงระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ว่าด้วยการปฏิบัติราชการเพื่อประชาชนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2551 4. กฎกระทรวงกำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2562 (กฎกระทรวงกำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561)	- เชิงปริมาณ จำนวนกฎหมายที่ได้รับการพัฒนา จำนวน 6 ฉบับ - กฎหมายที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา จำนวน 6 ฉบับ - เชิงคุณภาพ การพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานถูกต้องตามกระบวนการจัดทำกฎหมาย โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน	6 ฉบับ	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	5. กฎกระทรวงกำหนดการวางหลักประกันการประกอบ ธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2562 (กฎกระทรวง กำหนดการวางหลักประกันการประกอบธุรกิจขายตรงและ ตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561) 6. ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาเรื่องให้ธุรกิจการ ขายรถยนต์ใช้แล้วเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ.2562			
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			บรรลุ	

ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 3 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 2 โครงการ ในจำนวน 2 โครงการนี้ มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการชักจูงความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

2. โครงการแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

ซึ่งในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ ในภาพรวม พบว่า ในแต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ แต่พบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาเข้าร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความครบถ้วนจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ และควรดำเนินการกิจกรรม/ โครงการ ที่เกี่ยวข้องกับการทบทวน พัฒนาและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ต่อประชาชน โดยให้ความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการขยายผลการ พัฒนาและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค





#### 1.1.4 กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุนและการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : จำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน

หน่วยวัด : จำนวนกิจกรรม

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
6	7	8	9	10

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : จำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	จำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืนในปี 2562 มีจำนวน 9 กิจกรรม ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
--	---





ตารางที่ 6-6 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 4 (ในยุทธศาสตร์ที่ 1)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. โครงการส่งเสริมการผลิตและบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - สนับสนุนและให้สิทธิประโยชน์ผ่านมาตรการด้านเศรษฐศาสตร์ - ผลักดันภาคผู้ผลิตและเพิ่มปริมาณสินค้าเข้าสู่ตลาด - ผลักดันผู้บริโภค  (กรมควบคุมมลพิษ)	- กรมควบคุมมลพิษได้พัฒนา/ปรับปรุงเกณฑ์ข้อกำหนดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 5 เกณฑ์ ได้แก่ ตลับหมึกพิมพ์ซ้ำ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดพื้นผิว ตลับหมึกเครื่องพิมพ์ เครื่องถ่ายเอกสาร และปริ้นเตอร์ และส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ผลิต/ผู้ให้บริการมายื่นขอการรับรองตะกร้าเขียวเพิ่มมากขึ้น โดยปัจจุบันปี 2562 สินค้าและบริการ ที่อยู่ในตะกร้าเขียวเพิ่มขึ้น ดังนี้ กลุ่มคอมพิวเตอร์และงานพิมพ์ 20 รายการ และกลุ่มอุปกรณ์สำนักงาน 19 รายการ - ส่งเสริมการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยขยายขอบข่ายผลักดันให้ภาคเอกชนมีการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น - ร่วมกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ โดยศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติในการจัดทำข้อมูลบัญชีรายการวัฏจักรชีวิต (Life cycle Inventory : LCI) สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 5 รายการ ได้แก่ บริการโรงแรม กระดาษถ่ายเอกสารหรืองานพิมพ์ทั่วไป กระดาษชำระ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดพื้นผิว และผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร/ผลิตภัณฑ์สี	- เชิงคุณภาพ 1. ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคสินค้าและบริการเป็นมิตรเพิ่มมากขึ้น 2. ผู้ผลิตมีความตระหนักปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตสินค้าตามลพิษตั้งแต่ต้นทางและมีความใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น	3 กิจกรรม	
2. โครงการเภสัชศาสตร์เพื่อสังคม : Pharmacy Watch  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	ในปีงบประมาณ พ.ศ.2562 คณะเภสัชศาสตร์ ได้ดำเนินการกิจกรรมภายใต้การดำเนินการโครงการเภสัชศาสตร์เพื่อสังคม : Pharmacy Watch โดยคณะกรรมการนวัตกรรมเพื่อบริการสังคม และฝ่ายยุทธศาสตร์และการต่างประเทศ เป็นผู้รับผิดชอบหลัก โดยดำเนินการกิจกรรม ดังนี้ 1. สสำรวจการปนเปื้อนของผลิตภัณฑ์สุขภาพจังหวัดขอนแก่น และนำความรู้ด้านการปนเปื้อนสู่ผู้ผลิต ผู้บริโภค รวมถึงการสังเคราะห์และจัดการความรู้เรื่อง สารปนเปื้อนเพื่อนำไปสู่การเผยแพร่ โดยดำเนินการสำรวจผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด เพื่อตรวจวิเคราะห์ปริมาณการปนเปื้อนของตะกั่ว โดยใช้วิธีเก็บตัวอย่างในพื้นที่โดยนักวิจัย เพื่อทำการวิเคราะห์	- เชิงปริมาณ กิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืนจำนวน 2 กิจกรรมหลัก - เชิงคุณภาพ การดำเนินการ ระหว่าง พฤษภาคม – กันยายน 2562 ผลที่ได้รับคือ ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทราบข้อมูลปริมาณตะกั่วที่ปนเปื้อนจากตัวอย่างในพื้นที่ทำการวิเคราะห์ เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นประโยชน์สำหรับประชากรในการเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในพื้นที่ทำการเก็บข้อมูล	2 กิจกรรม	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	<p>ปริมาณการปนเปื้อน และทำการวัดปริมาณสารตะกั่ว โดยวิธี Graphite Furnace Atomic Absorption Spectrophotometry วิเคราะห์ผลโดยเปรียบเทียบกับค่ามาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จะทำให้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหาต่อผู้บริโภค ซึ่งจะนำข้อมูลไปใช้ในการแก้ไขปัญหาให้กับหน่วยงานที่รับผิดชอบได้ใช้ประโยชน์ต่อไปและนำเสนอผลการศึกษา interim report โดยมีแบ่งเป็นกิจกรรมย่อยจำนวน 4 กิจกรรม ประกอบด้วย</p> <p>กิจกรรมที่ 1.1 ความชุกของการปนเปื้อนของตะกั่วในแกงส้มแป๊ะขะ ในจังหวัดหนองบัวลำภู</p> <p>กิจกรรมที่ 1.2 ความชุกของการปนเปื้อนตะกั่วในตัวอย่างผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม ในจังหวัดหนองบัวลำภู</p> <p>กิจกรรมที่ 1.3 ความชุกของการปนเปื้อนสารตะกั่วในยาแผนโบราณ ในตลาดนัด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น</p> <p>กิจกรรมที่ 1.4 ความชุกของการปนเปื้อนสารตะกั่วในลิปสติกที่จำหน่าย ในตลาดนัด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น</p> <p><b>2. กิจกรรมเผยแพร่ข่าวสารทาง website และเผยแพร่ทางรายการวิทยุเพื่อผู้บริโภค ทาง FM 99.5 MHz จังหวัดขอนแก่น โดยดำเนินการกิจกรรม 3 กิจกรรม ดังนี้</b></p> <p>กิจกรรมที่ 2.1 กิจกรรมเผยแพร่ข่าวสารทาง Website ได้ดำเนินการนำข้อมูลไว้ที่ website คณะเภสัชศาสตร์ <a href="https://pharm.kku.ac.th">https://pharm.kku.ac.th</a></p> <p>กิจกรรมที่ 2.2 เผยแพร่ทางรายการวิทยุเพื่อผู้บริโภค ทาง FM 99.5 MHz จังหวัดขอนแก่น การดำเนินการเผยแพร่การให้บริการวิชาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 19.30 น. – 20.00 น. ครั้งละ 30 นาที จำนวน 7 หัวข้อ กิจกรรมที่ 2.3 การเผยแพร่บทความในแผ่นพับ โดย คณะเภสัชศาสตร์ ร่วมกับกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น จำนวน 2 เรื่อง ดังนี้</p>			





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	<p>1) การปนเปื้อนสารตะกั่วในยาแผนโบราณในตลาดนัดอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น หัวข้อ “สังเกตฉลากยาแผนโบราณสักนิด ปลอดภัยไร้พิษจากโลหะหนัก” โดยเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชนในแผนพับ เพื่อให้ผู้บริโภครู้เท่าทันและป้องกันอันตรายจากสารตะกั่วที่ปนเปื้อนในยาสมุนไพร</p> <p>2) การปนเปื้อนสารตะกั่วในลิปสติกที่จำหน่ายในตลาดนัดอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น หัวข้อ “สวยได้อย่างปลอดภัย ไร้พิษจากสารตะกั่ว” โดยเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชนในแผนพับ เพื่อให้ผู้บริโภครู้เท่าทันและป้องกันอันตรายจากสารตะกั่วที่ปนเปื้อน ในเครื่องสำอาง</p>			
3. โครงการจัดทำแผนการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืนประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562 เรื่อง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคที่ยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	<p>มีการดำเนินกิจกรรม 3 ครั้ง ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืน และมีความตระหนักถึงการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ประโยชน์อย่างคุ้มค่า และไม่ทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีผลต่อการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในอนาคตแก่นักศึกษาในฐานะผู้บริโภค</li> <li>2. การจัดทำแผนการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน</li> <li>3. กิจกรรมประกวดคำขวัญในหัวข้อบริโภคทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มุ่งสู่ชีวิตที่ยั่งยืน</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เឹងปริมาณ กิจกรรม จำนวน 3 กิจกรรมหลัก</li> <li>- เียงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมโครงการความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืน</li> </ul>	3 กิจกรรม	
4. โครงการรณรงค์และสร้างความตระหนักให้แก่องค์กรผู้บริโภค องค์กรสิ่งแวดล้อม และภาคธุรกิจในแนวทางของการบริโภคอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	<p>อบรมกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่องค์กรผู้บริโภค หน่วยงานภาครัฐ และภาคผู้ประกอบการ ให้มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และผู้ประกอบการมีความตระหนักถึงการประกอบธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อมิให้เกิดการละเมิดสิทธิผู้บริโภค ตลอดจนเป็นแนวทางของการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เียงปริมาณ กิจกรรม จำนวน 1 กิจกรรมหลัก</li> </ul>	1 กิจกรรม	
<b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์</b>			<b>บรรลุ</b>	



ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 4 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 4 โครงการ ในจำนวน 4 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 4 โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการส่งเสริมการผลิตและบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (สนับสนุนและให้สิทธิประโยชน์ผ่านมาตรการด้านเศรษฐศาสตร์, ผลักดันภาคผู้ผลิตและเพิ่มปริมาณสินค้าเข้าสู่ตลาด, ผลักดันผู้บริโภค) (กรมควบคุมมลพิษ)
2. โครงการเภสัชศาสตร์เพื่อสังคม : Pharmacy Watch (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
3. โครงการจัดทำแผนการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืนประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562 เรื่อง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสู่การบริโภคที่ยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)
4. โครงการรณรงค์และสร้างความตระหนักให้แก่องค์กรผู้บริโภค องค์กรสิ่งแวดล้อม และภาคธุรกิจในแนวทางของการบริโภคอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

ซึ่งในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ ในภาพรวม พบว่า ในแต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ แต่พบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ ในแต่ละโครงการมีจำนวนกิจกรรมย่อยหลายกิจกรรม ส่งผลให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายตามตัวชี้วัด เพื่อให้กลยุทธ์นี้มีผลลัพธ์ที่ชัดเจนจึงควรเพิ่มจำนวนโครงการที่สะท้อนตามกลยุทธ์นี้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความหลากหลายจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ และควรเพิ่มโครงการ/กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในส่วนภูมิภาค/ ชุมชน





### 1.1.5 กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : จำนวนกิจกรรมสร้างจิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ผู้ประกอบการ

หน่วยวัด : จำนวนกิจกรรม

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
2	4	6	8	10

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : จำนวนกิจกรรมสร้าง จิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ ผู้ประกอบการ	จำนวนกิจกรรมสร้างจิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ผู้ประกอบการในปี 2562 มีจำนวน 4 กิจกรรม ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
---	---





ตารางที่ 6-7 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 5 (ในยุทธศาสตร์ที่ 1)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. MS Market แหล่งเรียนรู้สำหรับผู้ประกอบการ  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	- จัดโครงการ ระหว่างเดือน ต.ค. 61 – ก.ย. 62 ผู้เข้าร่วม โครงการ คือ นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏ อุดรธานี จำนวน 992 คน ประชาชนทั่วไป จำนวน 36 คน ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการภาพรวมค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.32 จัดโดยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี	- เติงปริมาณ จำนวนร้านค้าที่เข้าร่วม โครงการ ไม่น้อยกว่า 20 ร้านค้า มียอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 - เติงคุณภาพ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มีการประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎี จากการเรียนในห้องเรียน มาปฏิบัติจริง ทำให้เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับ การ ประกอบธุรกิจ เช่น สามารถคำนวณ รายได้ ค่าใช้จ่าย ต้นทุน กำไร ขาดทุน การจัดหน้าร้าน การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการขายได้อย่างเหมาะสม	1 กิจกรรม  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	ผลการดำเนินงานของโครงการ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ ที่ 5 จากหน่วยงานที่รายงาน ผลดังกล่าว พบว่า 1. มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงาน ไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกล ยุทธ์ ทำให้ ไม่สามารถนำมาใช้ร่วม ในการประมวลผลในครั้งนี้ 2. โครงการที่ไม่สามารถนำ ผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ใน การร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานได้ เนื่องจาก รูปแบบกิจกรรมการ ดำเนินงานและผลลัพธ์ที่ รายงานตามตัวชี้วัดมีลักษณะ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของตัวชี้วัด 3. สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค ควรให้ ความสำคัญกับส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยการส่งเสริมการศึกษาวิจัย และพัฒนาเพื่อการนำผล การศึกษาไปใช้ประโยชน์เพื่อ สนับสนุนการดำเนินงานตามกล ยุทธ์ดังกล่าว
2. โครงการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม : ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในเขตเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	- จัดโครงการ ระหว่างเดือน ต.ค. – เม.ย. 62 เข้าร่วมโครงการ คือ สำรองร้านค้าในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 120 ร้านค้า และ คัดเลือกเข้าร่วมโครงการ จำนวน 8 ร้านค้า ความพึงพอใจของ ผู้เข้าร่วมโครงการภาพรวม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 วิสาหกิจ ขนาดย่อมในเขต จ.อุดรธานี ที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย 1. ร้านต้นหมาก 2.ร้านก๋วยเตี๋ยวเรือ “น้ำวี” 3. ร้านรุ่งอาหารตามสั่ง 4. ร้านข้าวราดแกงคุณจิตร 5. ร้านบุญยงค์พานิช 6. ร้านบ้านเชียงผัดไท 7. ร้านเป็นหนึ่งในสามไม้ไผ่ 8. ร้านอาหารตามสั่ง 5 ฟัน้อง จัดโดย คณะวิทยาการจัดการ ม.ราชภัฏอุดรธานี	- เติงปริมาณ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดย่อมในเขต จ.อุดรธานี ทั้ง 8 กลุ่ม มียอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 - เติงคุณภาพ อาจารย์และนักศึกษาที่ เข้าร่วมโครงการมีจิตสำนึกรักชุมชนและ สังคมในพื้นที่ที่ตนเองรับผิดชอบ และผู้ ประกอบ การที่เข้าร่วมโครงการมี จิตสำนึกรักชุมชน และสังคมที่ตนเองอยู่	1 กิจกรรม	
3. โครงการการส่งเสริมการแปรรูป และพัฒนา ธุรกิจสัตว์น้ำ เพื่อก้าวสู่ SMART FARMING	1. เพื่อให้เกษตรกรและผู้สนใจรู้จักการแปรรูปสัตว์น้ำในแบบ ต่างๆ 2. เพื่อให้สามารถแปรรูปสัตว์น้ำเพื่อเป็นการถนอมอาหารได้ 3. เพื่อให้สามารถสร้างรายได้จากสินค้าสัตว์น้ำแปรรูปได้	- เติงปริมาณ 1. มีผู้เข้าร่วมการอบรม ครั้งที่ 1 จำนวน 120 คน ครั้งที่ 2 จำนวน 100 คน รวม 220 คน	1 กิจกรรม	



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
(สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	4. เพื่อส่งเสริมให้ผู้สนใจสามารถนำสินค้าตัวน้ำแปรรูป มาพัฒนาเป็นธุรกิจครัวเรือนได้ *หมายเหตุ : คณะเกษตรศาสตร์	2. ผู้เข้าร่วมการอบรมได้ความรู้ทั้งใน ด้านวิชาการและทักษะในการลงมือ ปฏิบัติจริง เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 85 - เชิงคุณภาพ ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม การอบรม/หน่วยงาน/องค์กรที่รับบริการ วิชาการ และวิชาชีพต่อประโยชน์จากการ บริการ มากกว่าร้อยละ 85	(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
4. โครงการเทคโนโลยีการแปรรูปน้ำนมเป็น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	1) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับน้ำนม และ เทคโนโลยีการแปรรูปน้ำนมเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว 2) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้ฝึกตรวจสอบคุณภาพน้ำนมเบื้องต้น และทำผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากน้ำนมอย่างถูกสุขลักษณะ 3) เพื่อส่งเสริมอาชีพ เพิ่มรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ ชุมชน *หมายเหตุ : คณะเกษตรศาสตร์	- เชิงปริมาณ 1. จำนวนผู้เข้าร่วม โครงการ จำนวน 240 คน 2. ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 85.69 3. ผู้เข้าร่วมโครงการนำความรู้ไปใช้ ประโยชน์ ร้อยละ 87.54 - เชิงคุณภาพ ความพึงพอใจของ ผู้เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 85.01	1 กิจกรรม  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
5. แผนบูรณาการ การขับเคลื่อนการพัฒนาภาค การท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยด้วย แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อประโยชน์สูงสุดทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ ประกอบด้วย โครงการวิจัยภายใต้แผนจำนวน 3 โครงการ คือ - โครงการที่ 1 นวัตกรรมทางเศรษฐกิจและ สังคมเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ของประเทศไทยภายใต้แนวคิดการดำเนิน กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) - โครงการที่ 2 การพัฒนาศักยภาพชุมชนและ ภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการ ท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มี ความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้ แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์	<b>โครงการที่ 1 โครงการวิจัยนวัตกรรมทางเศรษฐกิจและ สังคมเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย ภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม</b> โดยมีผลการ ดำเนินงานการทบทวนเอกสารวรรณกรรม ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นวิเคราะห์บริบท องค์ประกอบ ปัจจัยสู่ความสำเร็จ และแนวปฏิบัติ ที่ดีเพื่อถอดบทเรียนของ การดำเนินกิจการเพื่อสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและ บริการในต่างประเทศ รวมทั้งวิเคราะห์องค์ประกอบ บทบาท การมีส่วนร่วม และการขับเคลื่อนของภาคีที่เกี่ยวข้อง พร้อม ทั้งเทียบเคียงสมรรถนะของการในการดำเนินกิจการเพื่อสังคม ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยเพื่อไปสู่ นวัตกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และบริการในประเทศไทยภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการ เพื่อสังคม	- เชิงปริมาณ โครงการที่ 1 โครงการวิจัยนวัตกรรม ทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่ออุตสาหกรรม ท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย ภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อ สังคม 1. องค์ความรู้เรื่องบริบท องค์ประกอบ ปัจจัยสู่ความสำเร็จและแนวปฏิบัติที่ดี เพื่อถอดบทเรียนของการดำเนินกิจการ เพื่อสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและ บริการในต่างประเทศ จำนวน 1 เรื่อง 2. องค์ความรู้เรื่ององค์ประกอบ บทบาท การมีส่วนร่วม และการขับเคลื่อนของ ภาคีที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจการ	3 กิจกรรม	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
<p>(Experience Economy) และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p> <p>- โครงการที่ 3 นวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p> <p>(สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p>	<p>โครงการที่ 2 การพัฒนาศักยภาพชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์ (Experience Economy) และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) นั้น มุ่งเน้นการยกระดับชุมชนที่มีความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนที่มีศักยภาพสูงขึ้นไปเป็นกิจการเพื่อสังคม เพื่อสร้างความยั่งยืนในอนาคตโดยเน้นการสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีศักยภาพขั้นสูง หมายถึง ชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชน มีความพร้อมสามารถให้บริการการท่องเที่ยวได้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยสามารถบริหารจัดการได้ด้วยคนในชุมชนเองตั้งแต่การรับรองและการติดต่อประสานกับนักท่องเที่ยวได้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม พบว่าชุมชนสามารถรับนักท่องเที่ยวเองได้ อย่างไรก็ตาม ชุมชนยังต้องการพึ่งพิงการทำงานของบริษัทนำเที่ยว เพื่อนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในชุมชน เพราะชุมชนมองว่าบริษัทนำเที่ยวมีช่องทางการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาได้มีประสิทธิภาพมากกว่าชุมชน เนื่องจากคนในชุมชนยังขาดความมั่นใจเรื่องภาษา นอกจากนั้นแล้วชุมชนมองว่าการลงทุนในเชิงรูปแบบธุรกิจอาจจะต้องใช้เงินทุนเยอะ ซึ่งชุมชนยังรู้สึกว่าจะเข้ามาอาจจะไม่คุ้มค่ากับสิ่งที่ลงทุนไป ดังนั้น สิ่งที่ทีมวิจัยต้องดำเนินการคือการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ให้แก่ชุมชนในเรื่องของกิจการเพื่อสังคม และพัฒนาศักยภาพชุมชนในเชิงธุรกิจต่อไป การอบรมให้ชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวและบริการได้รับการพัฒนาในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม</p>	<p>เพื่อสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย จำนวน 1 เรื่อง</p> <p>3. องค์ความรู้เรื่องสมรรถนะของการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการในต่างประเทศและประเทศไทย จำนวน 1 เรื่อง</p> <p>โครงการที่ 2 การพัฒนาศักยภาพชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์ (Experience Economy) และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p> <p>1. องค์ความรู้เรื่อง ศักยภาพ สมรรถนะและความต้องการมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ของชุมชนให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม จำนวน 1 เรื่อง</p> <p>2. องค์ความรู้เรื่อง ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์ การดำเนินการเพื่อสังคมและด้านความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของพื้นที่ จำนวน 1 เรื่อง</p>		





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	<p>โครงการที่ 3 นวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยมีผลการดำเนินงาน การลงพื้นที่ในการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคมทางด้านนวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจ และเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวผู้มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวและบริการภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม ทั้งนี้ได้ดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้จากการวิจัยไปยังกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ได้ใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม และเผยแพร่องค์ความรู้ในรูปแบบของการนำเสนอในงานประชุมวิชาการเกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม</p>	<p>โครงการที่ 3 นวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p> <p>1. ต้องค์ความรู้เรื่อง นวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม จำนวน 1 เรื่อง</p> <p>2. ต้องค์ความรู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ได้ใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม</p> <p>- เชิงคุณภาพ</p> <p>โครงการที่ 1</p> <p>1. ผู้ใช้ประโยชน์ได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการในประเทศไทยภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม</p> <p>2. เกิดการเผยแพร่องค์ประกอบ บทบาทการมีส่วนร่วม และการขับเคลื่อนของภาคีที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย</p> <p>โครงการที่ 2</p> <p>1. เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้จากการวิจัยไปยังภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง</p>		





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
		<p>ทราบถึงต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพ ของชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการ บริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและ บริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถ ทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด เศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์และการ ดำเนินกิจการเพื่อสังคม</p> <p>2. เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้จากการ วิจัยไปยังภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ทราบถึงการพัฒนาศักยภาพของชุมชน และภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการ ด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิง ประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการ แข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด เศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์และการ ดำเนินกิจการเพื่อสังคม</p> <p><i>โครงการที่ 3</i></p> <p>1. ภาคีที่เกี่ยวข้องรับทราบถึงนวัตกรรม การตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของ ไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการ เพื่อสังคม</p> <p>2. ผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวและบริการมีความรู้ ความเข้าใจ ในนักท่องเที่ยวเพื่อสังคม</p>		
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			ไม่บรรลุ	



ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 5 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 5 โครงการ ในจำนวน 5 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 2 โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม : ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในเขตเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)

2. แผนบูรณาการ การขับเคลื่อนการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยด้วยแนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อประโยชน์สูงสุดทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ประกอบด้วยโครงการวิจัยภายใต้แผนจำนวน 3 โครงการ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม) คือ

2.1 โครงการที่ 1 นวัตกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

2.2 โครงการที่ 2 การพัฒนาศักยภาพชุมชนและภาคที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์ (Experience Economy) และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

2.3 โครงการที่ 3 นวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

ขณะที่จากการติดตามประเมินผล พบว่า มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. MS Market แหล่งเรียนรู้สู่ผู้ประกอบการ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)

2. โครงการการส่งเสริมการแปรรูป และพัฒนาธุรกิจสัตว์น้ำ เพื่อก้าวสู่ SMART FARMING (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)

3. โครงการเทคโนโลยีการแปรรูปน้ำมันเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)

ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้ ในภาพรวม พบว่า ในแต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล นอกจากนี้ยังพบว่า จากการรายงานผลการดำเนินการเป็นเพียงผลการดำเนินงานจากหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาเข้าร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความครบถ้วนจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ และควรดำเนินการโครงการ/ กิจกรรมสร้างจิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ผู้ประกอบการ ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นโครงการ/ กิจกรรม ควรมีการเน้นหรือสอดแทรกการสร้างจิตสำนึกให้เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาที่ชัดเจน ตลอดจนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญกับส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยการส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ดังกล่าว





## 1.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางที่ 6-8 ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ ปี 2562
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูล การร้องเรียนและสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค	การรายงานอุบัติภัยกลุ่มหรือรายใหญ่ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการประกันภัย	สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย	- เติงปริมาณ ระบบรายงานอุบัติภัยกลุ่มหรือรายใหญ่ โดยใช้ระบบ platform ภายใน 3 ชั่วโมง - เติงคุณภาพ บริษัทประกันภัยชดใช้เงิน หรือค่าสินไหมทดแทนตามสัญญาประกันภัยมีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นผู้เสียหายมีความพึงพอใจลดข้อร้องเรียนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับระบบประกันภัย
	การดำเนินการเกี่ยวกับการพิจารณาเรื่องร้องเรียนที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้ได้รับการแก้ไขตามกระบวนการ	สำนักงาน กสทช.	- เติงปริมาณ มีสถิติจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด 73 เรื่อง สามารถดำเนินการให้ยุติ/ดำเนินการแล้วเสร็จเป็นจำนวน 68 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 93.15
	โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการให้บริการประชาชน ด้านการอนุญาต การให้บริการข้อมูลข่าวสาร และการรับเรื่องร้องเรียน	สำนักงาน กสทช.	- เติงคุณภาพ - ผลการสำรวจข้อมูลภายในหน่วยงานที่มีภารกิจให้บริการประชาชนด้านการอนุญาต เพื่อกำหนดแผนการจัดทำโครงการดังกล่าว ปี 2563 : 9 งานบริการ (อนุญาต 7 บริการ/ รับเรื่องร้องเรียน 1 บริการ / เปิดเผยข้อมูลข่าวสาร 1 บริการ)
	โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการบริหารข้อมูลกลางของสำนักงาน กสทช. (ระบบกลางการเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร์ ระบบกลางการบริหารการรับชำระตามใบแจ้งหนี้ (bill payment))	สำนักงาน กสทช.	- เติงปริมาณ - ฐานข้อมูลหน่วยงานภายนอกที่สำนักงาน กสทช. ได้รับอนุญาตให้แลกเปลี่ยนข้อมูล 9 ฐานข้อมูล จำนวน 4 หน่วยงาน ได้แก่ กรมการปกครอง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมเจ้าท่า กรมบังคับคดี - ฐานข้อมูลของสำนักงาน กสทช. สำหรับการแลกเปลี่ยนกับฐานข้อมูลและการบริการภาครัฐ (Linkage Center) 7 ฐานข้อมูล - ฐานข้อมูลที่อนุญาตให้หน่วยงานภายนอกใช้งาน 1 ชุดข้อมูล 2 หน่วยงาน - เติงคุณภาพ - บูรณาการฐานข้อมูลตามมติของคณะรัฐมนตรี ปี พ.ศ. 2559 โดยดำเนินการเชื่อมโยง และปรับปรุงฐานข้อมูลประชาชนของสำนักงาน กสทช. ให้ครบถ้วน ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน สอดคล้องกับฐานข้อมูลประชาชนสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง และรองรับการเชื่อมโยงฐานข้อมูลผู้ประกอบการ กับกรมพัฒนาธุรกิจ - มีระบบการบริหารจัดการการจัดเก็บข้อมูล การเก็บรักษา การตรวจสอบและควบคุมการเข้าใช้ข้อมูลการทะเบียนราษฎร์เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และแก้ไขปรับปรุงข้อมูลให้ถูกต้อง และการเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ประโยชน์ข้อมูลจากฐานข้อมูลทะเบียนประวัติราษฎร





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ ปี 2562
			- มีมาตรฐานสำหรับโครงสร้างข้อมูลกลางของสำนักงาน กสทช. สำหรับให้บริการทั้งหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก สำนักงาน กสทช.
	โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System)	สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	- เติบโตปริมาณ ข้อมูลเรื่องร้องทุกข์ระหว่างหน่วยงานที่มีการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลเรื่องร้องทุกข์กับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม - เติบโตคุณภาพ ความพึงพอใจของประชาชนต่อการดำเนินการเรื่องร้องทุกข์ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี คิดเป็นร้อยละ 82.25
	โครงการการจัดการข้อมูลสำหรับการบูรณาการข้อมูลอุตสาหกรรม	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	- เติบโตปริมาณ ฐานข้อมูลและระบบงานสำหรับรองรับการบูรณาการข้อมูลสารสนเทศด้านการมาตรฐานและการบริการภาครัฐ (Big Data) ในส่วนของข้อมูลผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ข้อมูลการนำผลิตภัณฑ์ที่มีพระราชกฤษฎีกาให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานเข้ามาในราชอาณาจักร (ระบบ NSW) และข้อมูลการรับรองระบบงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ภายในกระทรวงอุตสาหกรรม - เติบโตคุณภาพ ยกระดับประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชนและผู้ประกอบการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ลดความซ้ำซ้อนในการกรอกข้อมูลหรือใช้สำเนาเอกสารในการขอรับบริการจากสำนักงานและหน่วยงานต่างๆ ในกระทรวงอุตสาหกรรม
	พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ความเป็นเลิศ - การพัฒนาฐานข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียน/ เสนอแนะบริการ	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เติบโตปริมาณ 1) มีฐานข้อมูลการร้องเรียนการบริการของ รพ. ที่ใช้งานในระบบได้ 2) มีการรายงานข้อมูลทุก 3 เดือน
	พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ความเป็นเลิศ - การรับฟังความเห็น/ข้อร้องเรียนของผู้รับบริการหลายช่องทาง - เพิ่มช่องทางรับเรื่องร้องใช้ QR Code, mail: MDHA@kku.ac.th	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เติบโตปริมาณ ช่องทางการรับฟังความเห็น/ข้อร้องเรียนของผู้รับบริการมากกว่า 5 ช่องทาง เพื่อเข้าถึงการให้ความเห็นและร้องเรียนได้รวดเร็ว
	การเข้าร่วมกับสถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (สรพ.) และกระทรวงสาธารณสุขเพื่อมุ่งความปลอดภัยผู้ป่วยและผู้ให้บริการ (2P Safety Hospital)	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เติบโตปริมาณ การดำเนินการตามโครงการ Safety Hospital ในการคุ้มครองความปลอดภัยผู้ป่วยและผู้ให้บริการ ทุกโครงการย่อย (ร้อยละ 100)





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ ปี 2562
	โครงการคุ้มครองสิทธิประโยชน์การเข้าถึงบริการ	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เติงปริมาณ การดำเนินการมา 2 ปี และมีการประชุมได้ 100%
	การพัฒนาเครือข่าย ศูนย์ร้องเรียน สายด่วน 1569	กรมการค้าภายใน	- เติงปริมาณ ระบบฐาน ข้อมูลร้องทุกข์พิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค จำนวน 1 ระบบ - เติงคุณภาพ เรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาแล้วเสร็จตามกำหนดเวลา คิดเป็นร้อยละ 96.69
	โครงการการพัฒนาการให้บริการผู้บริโภค โดยการเชื่อมโยง และการบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (OCPB Linkage)	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เติงปริมาณ 1. มีแผนปฏิบัติการเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ข้อมูล 6 ประเภท 2. มีการออกแบบระบบที่พัฒนา - เติงคุณภาพ มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกระบบ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ร้อยละ 70
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบฐานข้อมูล เรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงาน เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา ของผู้บริโภค	ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center)	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	- เติงปริมาณ สถิติการใช้บริการปี 2562 จำนวน 39,592 กรณี ส่วนใหญ่เป็นกรณีปัญหาซื้อขายออนไลน์และปัญหาเว็บไซต์ผิดกฎหมาย - เติงคุณภาพ ผู้บริโภคสามารถติดต่อขอรับบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยผลสำรวจความพึงพอใจ ในการใช้บริการ 1212 OCC ร้อยละ 90

ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ บรรลุเป้าหมายจำนวน 2 กลยุทธ์ ผลจากการดำเนินการตามตารางข้างต้น สรุปประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ ส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ต่าง ๆ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี

2. จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาเข้าร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความครบถ้วนจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

เมื่อพิจารณาข้อมูลผลการดำเนินงานในยุทธศาสตร์ที่ 2 ประจำปี 2562 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้





### 1.2.1 กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนและสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกระบบ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

หน่วยวัด : ร้อยละ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
60	70	80	90	100

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกระบบ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน	ร้อยละ 95.91 การเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกระบบ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบันในปี 2562 ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
--	--





ตารางที่ 6-9 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 (ในยุทธศาสตร์ที่ 2)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. การรายงานอุบัติภัยกลุ่มหรือรายใหญ่ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการประกันภัย (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย)	1) ในกรณีที่เกิดอุบัติภัยกลุ่มหรือรายใหญ่ขึ้นสำนักงาน คปภ. จังหวัด/เขต ในพื้นที่ที่เกิดเหตุเป็นผู้ตั้งเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเกิดเหตุในระบบเบื้องต้น โดยระบบจะแจ้งเตือนไปยังระบบของทุกบริษัท เพื่อให้บริษัทดำเนินการตรวจสอบและเพิ่มเติมข้อมูล 2) บริษัทประกันภัยจะต้องรายงานข้อมูลกรมธรรม์ประกันภัยที่บริษัทรับประกันภัยโดยบริษัทประกันภัยมีหน้าที่จะต้องรายงานข้อมูลผ่านระบบภายใน 3 ชั่วโมง นับแต่ที่ได้รับแจ้งทางระบบ 3) สำนักงาน คปภ. จังหวัด/เขต ในพื้นที่ที่เกิดเหตุเพิ่มเติมข้อมูลอุบัติภัยที่ได้ตั้งเรื่องไว้ให้สมบูรณ์มากที่สุด 4) สำนักงาน คปภ. จังหวัด/เขต ในพื้นที่ติดตาม เร่งรัดการชดใช้เงิน หรือค่าสินไหมทดแทน และประสานงานระหว่างผู้เสียหายและบริษัทประกันภัย ให้มีการชดใช้เงิน หรือค่าสินไหมทดแทนด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม 5) สำนักงาน คปภ. ติดตาม และเร่งรัดการชดใช้เงินหรือค่าสินไหมทดแทนตามสัญญาประกันภัยของบริษัทประกันภัยให้แก่ประชาชน	- เจริญคุณภาพ บริษัทประกันภัยชดใช้เงินหรือค่าสินไหมทดแทนตามสัญญา ประกันภัยมีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้นผู้เสียหายมีความพึงพอใจ ลดข้อร้องเรียนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับระบบประกันภัย	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า 1. มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประมวลผลในครั้งนี้ 2. สำหรับโครงการที่ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลได้ เนื่องจากรูปแบบกิจกรรมการดำเนินงานและผลลัพธ์ที่รายงานตามตัวชี้วัดมีลักษณะไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของตัวชี้วัด
2. การดำเนินการเกี่ยวกับการพิจารณาเรื่องร้องเรียนที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้ได้รับการแก้ไขตามกระบวนการ (สำนักงาน กสทช.)	สำนักงาน กสทช. ได้มีการดำเนินการตามกระบวนการ ภายใต้ข้อกำหนดของประกาศ กสทช. เรื่อง การกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาแล้วเสร็จในการพิจารณา คำขอหรือคำร้องเรียนด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 เป็นหลัก	- เจริญปริมาณ มีสถิติจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด 73 เรื่อง สามารถดำเนินการให้ยุติ/ดำเนินการแล้วเสร็จเป็นจำนวน 68 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 93.15	ร้อยละ 93.15	
3. โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการให้บริการประชาชน ด้านการอนุญาต การให้บริการข้อมูลข่าวสาร และการรับเรื่องร้องเรียน (สำนักงาน กสทช.)	พัฒนาระบบสำหรับประชาชน (Front-end) เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลกับระบบบูรณาการศูนย์กลางงานบริการภาครัฐ (Biz Portal) กับระบบสารสนเทศด้านการอนุญาต การให้บริการข้อมูลข่าวสารของราชการ และการรับเรื่องร้องเรียนของสำนักงาน กสทช.	- เจริญคุณภาพ - ผลการสำรวจข้อมูลภายในหน่วยงานที่มีภารกิจให้บริการประชาชนด้านการอนุญาต เพื่อกำหนดแผนการจัดทำโครงการดังกล่าว ปี 2563 : 9 งานบริการ - อนุญาต 7 บริการ	ร้อยละ 100	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
		- รับเรื่องร้องเรียน 1 บริการ - เปิดเผยข้อมูลข่าวสาร 1 บริการ		
4. โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการบริหารข้อมูลกลางของสำนักงาน กสทช. (ระบบกลางการเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร์ ระบบกลางการบริหารการรับชำระตามใบแจ้งหนี้ (bill payment)  (สำนักงาน กสทช.)	1. ศึกษาวิเคราะห์ จัดเตรียมข้อมูลลูกค้าของสำนักงาน กสทช. จากระบบงานภายในองค์กร และกำหนดมาตรฐานกลาง โครงสร้างฐานข้อมูลลูกค้าของสำนักงาน กสทช. ให้สามารถใช้งานฐานข้อมูลกลางร่วมกันได้ โดยให้ครอบคลุมลูกค้าที่อยู่ในระบบ ERP ทั้งหมด 2. Cleansing ข้อมูลลูกค้า 3. พัฒนาระบบจัดเก็บฐานข้อมูลกลาง NBTC Data Center	- เชิงปริมาณ - ฐานข้อมูลหน่วยงานภายนอกที่สำนักงาน กสทช. ได้รับอนุญาตให้แลกเปลี่ยนข้อมูล 9 ฐานข้อมูล จำนวน 4 หน่วยงาน ได้แก่ กรมการปกครอง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมเจ้าท่า กรมบังคับคดี - ฐานข้อมูลของสำนักงาน กสทช. สำหรับการแลกเปลี่ยนกับฐานข้อมูลและการบริการภาครัฐ (Linkage Center) 7 ฐานข้อมูล - ฐานข้อมูลที่อนุญาตให้หน่วยงานภายนอกใช้งาน 1 ชุดข้อมูล 2 หน่วยงาน - เชิงคุณภาพ - บุรณาการฐานข้อมูลตามมติของคณะรัฐมนตรี ปี พ.ศ.2559 โดยดำเนินการเชื่อมโยง และปรับปรุงฐานข้อมูลประชาชนของสำนักงาน กสทช. ให้ครบถ้วน ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน สอดคล้องกับฐานข้อมูลประชาชน สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง และรองรับการเชื่อมโยงฐานข้อมูลผู้ประกอบการ กับกรมพัฒนาธุรกิจ - มีระบบการบริหารจัดการการจัดเก็บข้อมูล การเก็บรักษา การตรวจสอบและควบคุมการเข้าใช้ข้อมูลการทะเบียนราษฎร เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และแก้ไขปรับปรุงข้อมูลให้ถูกต้อง และการเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์เพื่อใช้	ร้อยละ 100	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
		<p>ประโยชน์ข้อมูลจากฐานข้อมูลทะเบียนประวัติราษฎร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีมาตรฐานสำหรับโครงสร้างข้อมูลกลางของสำนักงาน กสทช. สำหรับให้บริการทั้งหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก สำนักงาน กสทช.</li> </ul>		
5. โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System)  (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี)	<p>มีการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์ระหว่างหน่วยงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2562 จำนวน 4 หน่วยงาน คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลการดำเนินการเรื่องร้องทุกข์ระหว่างหน่วยงาน และทำให้เกิดประโยชน์กับประชาชน ผู้ร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เชิงปริมาณ ข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์ระหว่างหน่วยงานที่มีการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์กับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงาน กสทช. และกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</li> <li>- เชิงคุณภาพ ความพึงพอใจของประชาชนต่อการดำเนินการเรื่องร้องทุกข์ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี คิดเป็นร้อยละ 82.25</li> </ul>	ร้อยละ 100	
6. โครงการการจัดการข้อมูลสำหรับการบูรณาการข้อมูลอุตสาหกรรม  (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ศึกษาและวิเคราะห์และออกแบบ</li> <li>2.พัฒนาฐานข้อมูลสารสนเทศ</li> <li>3.พัฒนาระบบสำหรับเชื่อมโยง</li> <li>4.พัฒนาระบบสำหรับบันทึกข้อมูลสารสนเทศ</li> <li>5.ดำเนินการติดตั้งและทดสอบการใช้งานระบบ</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เชิงปริมาณ ฐานข้อมูลและระบบงานสำหรับรองรับการบูรณาการข้อมูลสารสนเทศด้านการมาตรฐานและการบริการภาครัฐ (Big Data) ในส่วนของข้อมูลผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.), ข้อมูลการนำผลิตภัณฑ์ที่มีพระราชกฤษฎีกาให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานเข้ามาในราชอาณาจักร (ระบบ NSW) และข้อมูลการรับรองระบบงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ภายในกระทรวงอุตสาหกรรม</li> </ul>	ร้อยละ 100	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
		- เชิงคุณภาพ ยกระดับประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชนและผู้ประกอบการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ลดความซ้ำซ้อนในการกรอกข้อมูลหรือใช้สำเนาเอกสารในการขอรับบริการจากสำนักงานและหน่วยงานต่างๆ ในกระทรวงอุตสาหกรรม		
7. พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ความเป็นเลิศ - การพัฒนาฐานข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียน/เสนอแนะบริการ  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	- ทบทวนและวิเคราะห์ระบบการรับเรื่องร้องเรียน/ เสนอแนะบริการ - พัฒนาระบบการรวบรวมข้อมูล โดยนำสารสนเทศมาต่อยอดการพัฒนา ให้เป็นปัจจุบัน	- เชิงปริมาณ 1) มีฐานข้อมูลการร้องเรียนการบริการของ รพ.ที่ใช้งานในระบบได้ 2) มีการรายงานข้อมูลทุก 3 เดือน	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
8. พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ความเป็นเลิศ - การรับฟังความเห็น/ข้อร้องเรียนของผู้รับบริการหลายช่องทาง - เพิ่มช่องทางรับเรื่องร้องใช้ QR Code, mail: MDHA@kku.ac.th  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	- วิเคราะห์ / ศึกษากระบวนการรับเรื่องร้องเรียนปัจจุบันและต่อยอดการพัฒนาให้ครอบคลุมและหลากหลายช่องทาง เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาการบริการให้เน้นถึงการคุ้มครองสิทธิผู้รับบริการ ที่พึงได้รับและตอบสนองความต้องการอย่างเหมาะสม	- เชิงปริมาณ ช่องทางการรับฟังความเห็น/ข้อร้องเรียนของผู้รับบริการมากกว่า 5 ช่องทาง เพื่อเข้าถึงการให้ความเห็นและร้องเรียนได้รวดเร็ว	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
9. การเข้าร่วมกับสถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (สรพ.) และกระทรวงสาธารณสุข เพื่อมุ่งความปลอดภัยผู้ป่วยและผู้ให้บริการ (2P Safety Hospital)  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	- สมัครเข้าร่วมโครงการ Safety Hospital (จัดโดยสถาบันสรพ.และกระทรวงสาธารณสุข) เพื่อมุ่งความปลอดภัยผู้ป่วยและผู้ให้บริการ (เป็นโครงการระยะยาว ปี 2558 - 2563)	- เชิงปริมาณ การดำเนินการตามโครงการ Safety Hospital ในการคุ้มครองความปลอดภัยผู้ป่วยและผู้ให้บริการทุกโครงการย่อย (ร้อยละ 100)	ร้อยละ 100	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
10. โครงการคุ้มครองสิทธิประโยชน์การเข้าถึงบริการ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	- ร่วมประชุมเวที cup board - ลงพื้นที่ให้ความรู้ โรงเรียน วัด มหาวิทยาลัยสงขลฯ - ร่วมกับหน่วยงานหรือศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	- เจริญปริมาณ การดำเนินการ 2 ปี และมีการประชุมได้ 100%	ร้อยละ 100	
11. การพัฒนาเครือข่าย ศูนย์ร้องเรียน สายด่วน 1569 (กรมการค้าภายใน)	- มีการใช้งานและปรับปรุงข้อมูลในระบบฐานข้อมูลร้องทุกข์พิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนของผู้บริโภคไปยังสำนักงานพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศ ทำให้สามารถส่งต่อเรื่องร้องเรียนได้อย่างรวดเร็ว สามารถรายงานผลการตรวจสอบให้ส่วนกลาง ทราบได้อย่างรวดเร็ว จัดทำสถิติได้อย่างถูกต้อง แจ้งเตือนเรื่องร้องเรียนที่ยังไม่ได้ดำเนินการให้เจ้าหน้าที่รับผิดชอบ <b>ผลการดำเนินงาน :</b> เรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาแล้วเสร็จตามกำหนดเวลา คิดเป็นร้อยละ 96.69	- เจริญปริมาณ ระบบฐาน ข้อมูลร้องทุกข์พิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค จำนวน 1 ระบบ - เจริญคุณภาพ เรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาแล้วเสร็จตามกำหนดเวลา คิดเป็นร้อยละ 96.69	ร้อยละ 100	
12. โครงการการพัฒนาการให้บริการผู้บริโภค โดยการเชื่อมโยงและการบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (OCPB Linkage) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	- ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 6 ประเภท - พัฒนาระบบคลังข้อมูล และระบบวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละประเภท	- เจริญปริมาณ 1. มีแผนปฏิบัติการเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ข้อมูล 6 ประเภท 2. มีการออกแบบระบบที่พัฒนา - เจริญคุณภาพ มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกระบบ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ร้อยละ 70	ร้อยละ 70	
<b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์</b>			<b>บรรลุ</b>	

ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 12 โครงการ ในจำนวน 12 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 9 โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. การดำเนินการเกี่ยวกับการพิจารณาเรื่องร้องเรียนที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้ได้รับการแก้ไขตามกระบวนการ (สำนักงาน กสทช.)





2. โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการให้บริการประชาชน ด้านการอนุญาต การให้บริการข้อมูลข่าวสาร และการรับเรื่องร้องเรียน (สำนักงาน กสทช.)
3. โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการบริหารข้อมูลกลางของสำนักงาน กสทช. (ระบบกลางการเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร ระบบกลางการบริหารการรับชำระตามใบแจ้งหนี้ (bill payment) (สำนักงาน กสทช.)
4. โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System) (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี)
5. โครงการการจัดการข้อมูลสำหรับการบูรณาการข้อมูลอุตสาหกรรม (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
6. การเข้าร่วมกับสถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (สรพ.) และกระทรวงสาธารณสุขเพื่อมุ่งความปลอดภัยผู้ป่วยและผู้ให้บริการ (2P Safety Hospital) (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
7. โครงการคุ้มครองสิทธิประโยชน์การเข้าถึงบริการ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
8. การพัฒนาเครือข่าย ศูนย์ร้องเรียน สายด่วน 1569 (กรมการค้าภายใน)
9. โครงการการพัฒนาการให้บริการผู้บริโภค โดยการเชื่อมโยงและการบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (OCPB Linkage) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

การติดตามประเมินผล พบว่า มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. การรายงานอุบัติภัยกลุ่มหรือรายใหญ่ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการประกันภัย (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย)
2. พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ความเป็นเลิศ (การพัฒนาฐานข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียน/เสนอแนะบริการ) (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
3. พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ความเป็นเลิศ (การรับฟังความเห็น/ข้อร้องเรียนของผู้รับบริการหลายช่องทาง, เพิ่มช่องทางรับเรื่องร้องเรียนโดยใช้ QR Code, mail: MDHA@kku.ac.th) (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)

ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้ ในภาพรวม พบว่า ในแต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผน ปฏิบัติงานประจำปี และควรเน้นการพัฒนาระบบการรวบรวมและการเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนอย่างชัดเจน มิใช่เป็นการเชื่อมโยงเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลงานบริการของหน่วยงานตนเอง





### 1.2.2 กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนารฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : จัดทำบทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย

หน่วยวัด : จำนวนเรื่อง

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
1 เรื่อง				

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : จัดทำบทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย	จำนวนเรื่องจัดทำบทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบายในปี 2562 รวม 1 เรื่อง ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
---	--





ตารางที่ 6-10 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2 (ในยุทธศาสตร์ที่ 2)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center)  (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์)	เป็นศูนย์กลางในการรับแจ้งเรื่องร้องเรียนหรือ เบาะแสจากประชาชนในด้านปัญหาที่เกิด จากการซื้อขายออนไลน์ การกระทำความผิดตาม พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ ตลอดจนปัญหาทางออนไลน์อื่นๆ	- เติงปริมาณ สถิติการใช้บริการปี 2562 จำนวน 39,592 กรณี ส่วนใหญ่เป็นกรณี ปัญหาซื้อขายออนไลน์และปัญหาเว็บไซต์ ผิดกฎหมาย  - เติงคุณภาพ ผู้บริโภคสามารถติดต่อ ขอรับบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยผล สำรวจความพึงพอใจ ในการใช้บริการ 1212 OCC ร้อยละ 90	1 เรื่อง	
<b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์</b>			<b>บรรลุ</b>	

ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ที่ 2 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 1 โครงการ  
ในจำนวน 1 โครงการนี้ มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center)  
(สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์)

ซึ่งในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ ในภาพรวม พบว่า โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับตัวชี้วัด  
กลยุทธ์ แต่พบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผล  
การดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาเข้าร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกัน  
ในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความครบถ้วนจากการดำเนินงาน  
ภายใต้กลยุทธ์ และควรเพิ่มเติมรูปแบบ/ ประเภท บทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย  
ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น



### 1.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางที่ 6-11 ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ
กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค	- โครงการส่งเสริมการนำเรื่องความรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ไปใช้ในระดับอุดมศึกษา - การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ/กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์	สำนักงาน กสทช.	- เชิงคุณภาพ 1.มีแผนงานโครงการเพื่อพัฒนาและเพิ่มความสามารถของประชาชนทุกกลุ่ม และดำเนินการในมิติที่หลากหลาย รวมทั้งสอดคล้องกับบริบทของสื่อในปัจจุบัน 2. มีการดำเนินการรวมกลุ่มและจัดกิจกรรมเพื่อให้มีหลักเกณฑ์/ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
	โครงการการให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการและการบริโภคอาหารให้เหมาะสมตามวัยเพื่อสุขภาพที่ดีและป้องกันการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เชิงปริมาณ 1. จัดกิจกรรมย่อย จำนวน 2 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมโครงการรวม 296 คน 2. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 88 และสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิต ร้อยละ 90.6 - เชิงคุณภาพ ความพึงพอใจในกระบวนการให้บริการ ร้อยละ 87.9
	พัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรและการค้าผลไม้ภาคตะวันออก	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เชิงปริมาณ มีศูนย์เฝ้าระวังและตรวจสอบสินค้าเกษตรและคุณภาพอาหารเบื้องต้น และศูนย์ทดสอบสินค้าเกษตรและอาหารตามมาตรฐาน ISO 17025/IEC17025 เพื่อให้บริการวิเคราะห์และออกใบรับรองคุณภาพ จำนวน 1 ศูนย์
	โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมระดับประเทศ	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เชิงปริมาณ: จำนวนองค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค 215 เรื่อง (บทความ จำนวน 74 เรื่อง/ infographic จำนวน 141 เรื่อง)
กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย	กิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะ ประจำปี 2562	สำนักงาน กสทช.	- เชิงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและตระหนักถึงสิทธิที่ตนมีตามกฎหมาย และเท่าทันต่อบริการโทรคมนาคมในยุคดิจิทัล ตลอดจนตระหนักถึงความสำคัญจำเป็นในการปกป้องคุ้มครองตนเองจากการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลผ่านบริการโทรคมนาคมที่อาจเกิดขึ้นกับตนได้
	กิจกรรมการสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยของเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์มือถือ	สำนักงาน กสทช.	- เชิงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์มือถือ
	กิจกรรมการสร้างความรู้ตระหนักให้แก่เยาวชน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมในระดับมัธยมศึกษา	สำนักงาน กสทช.	- เชิงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ในเรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมมากขึ้น พร้อมทั้งสามารถดูแลตนเองและสามารถนำความรู้มาดูแลตนเองเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลรอบข้างได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม
	โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	สำนักงาน กสทช.	- เชิงคุณภาพ 1. มีช่องทางการสื่อสารกับเครือข่ายผู้บริโภคที่หลากหลาย 2. ผู้บริโภคได้รับความรู้ ความเข้าใจ ในสิทธิของตน และมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้ความสามารถสู่ระดับสากล



กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ
			3. เครือข่ายผู้บริโภคมีการเฝ้าระวังและแจ้งข้อมูล/ร้องเรียน มีการประสานหน่วยงานภาคีเครือข่าย ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ และหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง
	โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม - กิจกรรมการรณรงค์สร้างจิตสำนึกด้านคุณภาพ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีที่เกิดขึ้นในทุกระดับ	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	- เชิงปริมาณ ผู้รับรู้ข้อมูลด้านการมาตรฐานผ่าน Facebook จำนวน 497, 870 คน - เชิงคุณภาพ ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ในการเลือกซื้อสินค้าที่ได้มาตรฐาน มอก. เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
	โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม - กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่ภาคการศึกษาระดับมัธยมศึกษา	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	- เชิงปริมาณ บุคลากรครู -อาจารย์ระดับมัธยมศึกษาที่มีความรู้เรื่องมาตรฐาน จำนวน 186 คน - เชิงคุณภาพ ครู -อาจารย์ มีความรู้ ความเข้าใจ การมาตรฐานสามารถเป็นเครือข่ายของ สมอ. ในการเผยแพร่ความรู้ด้านการมาตรฐานสู่นักเรียน/ ชุมชนได้
	สัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่ครู-อาจารย์ ระดับมัธยมศึกษา	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	- เชิงปริมาณ บุคลากรครู -อาจารย์ระดับมัธยมศึกษาที่มีความรู้เรื่องมาตรฐาน จำนวน 150 คน - เชิงคุณภาพ ครู -อาจารย์ มีความรู้ ความเข้าใจ การมาตรฐานสามารถเป็นเครือข่ายของ สมอ. ในการเผยแพร่ความรู้ด้านการมาตรฐานสู่นักเรียน/ ชุมชนได้
	สัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่นักเรียนระดับอาชีวศึกษา	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	- เชิงปริมาณ บุคลากรระดับอาชีวศึกษามีความรู้เรื่องมาตรฐาน จำนวน 158 คน - เชิงคุณภาพ นักเรียน/นักศึกษา ระดับอาชีวศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ เรื่องมาตรฐานระบบการจัดการ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ตลาดวิชาชีพ
	กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคมชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	- เชิงปริมาณ บุคลากรในชุมชนได้รับความรู้เรื่องมาตรฐาน มอก. จำนวน 436 คน - เชิงคุณภาพ 1. บุคลากร/องค์กรส่วนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านการเผยแพร่ความรู้ด้านมาตรฐานสู่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง 2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นพันธมิตรและเครือข่าย สมอ.
	ค่ายอาสาพัฒนาสิทธิและสุขภาพ ครั้งที่ 35	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เชิงปริมาณ 1. ร้อยละ 88 ของชาวบ้านที่ร่วมกิจกรรมเรื่องการให้ความรู้และเกิดความตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภค 2. ร้อยละ 90 ของชาวบ้านที่ร่วมกิจกรรมเรื่องการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคได้ดียิ่งขึ้น 3. ร้อยละ 95 ของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรม เรื่องการให้ความรู้แก่นักเรียนและเด็กในชุมชนมีพัฒนาการที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหาร 4. ร้อยละ 100 ของนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาชุมชน - เชิงคุณภาพ 1. คนในชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค



กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ
			2. คนในชุมชนสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างปลอดภัยและมีคุณภาพ 3. นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและเผยแพร่สู่ชุมชนได้ 4. นักเรียนและเด็กในชุมชนมีพัฒนาการที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหาร 5. นักเรียนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน
	โครงการสื่อสารสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยว	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เชิงปริมาณ 1. ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมาย 2. สร้างองค์ความรู้ด้านสิทธิประโยชน์ของตน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด - เชิงคุณภาพ นักศึกษาได้รับการพัฒนาองค์ความรู้โดยผ่านระบบการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยผ่านการปฏิบัติงานจริงกับกลุ่มเป้าหมาย
	โครงการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เชิงปริมาณ 1. สื่อเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาชุมชนในหลากหลายช่องทาง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ การณรงค์ คลิปวิดีโอ การสัมมนา เป็นต้น 2. คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ และเข้าใจสื่อ และไม่หลงกลสื่อที่โฆษณาชวนเชื่อมากเกินไปจนเป็นจริง - เชิงคุณภาพ นักศึกษาได้พัฒนาความรู้ด้านการผลิตสื่อ ได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีสร้างสรรค์เพื่อจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ คลิปวิดีโอต่อสาธารณะ
	กิจกรรม Chef Move to School	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เชิงปริมาณ 1. นักเรียนโรงเรียนสาธิตละอออุทิศ จำนวน 230 คน 2. นักศึกษาชั้นปี ที่ 1 และ ชั้นปีที่ 2 หลักสูตรเทคโนโลยีการประกอบอาหารและการบริการ จำนวน 50 คน 3. อาจารย์โรงเรียนสาธิตละอออุทิศ จำนวน 40 คน 4. ผลการประเมินความพึงพอใจ ระดับมาก ร้อยละ 62.5 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 32.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 5 - เชิงคุณภาพ 1. เด็กเล็กบ้านหนูน้อย มีความเข้าใจในองค์ประกอบของวัตถุดิบอย่างง่าย ๆ และการควบคุมกลิ่นเนื้อมัดเล็กในการบีบครีมเป็นรูปแบบอย่างง่าย ๆ 2. เด็กอนุบาลมีความเข้าใจในองค์ประกอบของวัตถุดิบอย่างง่าย ๆ สามารถแยกความแตกต่างขององค์ประกอบในการตกแต่งเค้ก เช่น ครีมและแยม และทราบวัตถุดิบที่ใช้ตกแต่งเค้กกว่าผลิตมาจากน้ำตาลที่ใส่ เป็นต้น 3. นักศึกษา หลักสูตรเทคโนโลยีการประกอบอาหารและการบริการ สามารถสื่อสารสื่อสารวิธีการแต่งหน้า การผสมสีและการตกแต่งเค้กให้กับนักเรียนในแต่ละช่วงวัยของโรงเรียนสาธิตละอออุทิศได้อย่างเรียบร้อยและเหมาะสม



กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ
	โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงรุก - โครงการสารคดี สั้น 1 นาที กับ กปอ. เสริมสร้างความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน	กรมประชาสัมพันธ์	- เชิงปริมาณ ผลผลิต จำนวน 274 ครั้ง (สารคดี 1 นาที จำนวน 250 ตอน และสื่อบูชา 1 นาที จำนวน 24 ตอน)
	โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง	กรมประชาสัมพันธ์	- เชิงปริมาณ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ช่องทาง ผลผลิต จำนวน 13,681 ครั้ง ประกอบด้วย 1. สื่อโทรทัศน์ เช่น ข่าว รายการ สปอต สารคดี สื่อบูชา พุดแทรก อักษรวิง เป็นต้น จำนวน 673 ครั้ง 2. สื่อวิทยุกระจายเสียง เช่น ข่าว รายการ สปอต สารคดี สื่อบูชา พุดแทรก บทความ เป็นต้น ผลผลิต จำนวน 12,574 ครั้ง 3. สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และ Social Media (FACEBOOK, INSTAGRAM, LINE, TWITTER และ Youtube) การเผยแพร่ (POST) จำนวน 434 ครั้ง การมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และ SOCIAL MEDIA (FACEBOOK, INSTAGRAM, LINE, TWITTER และ Youtube) ดังนี้ 1. การเข้าถึงของประชาชน(View) จำนวน 1,525,551 ครั้ง 2. กด LIKE จำนวน 120,425 ครั้ง 3. กด Share จำนวน 3,341 ครั้ง 4. การแสดงความคิดเห็น (Comment) จำนวน 918 ความคิดเห็น - เชิงคุณภาพ ประชาชนมีความรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์จึงได้ประเมินผลจากความคิดเห็นของประชาชนผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า 1. ประชาชนมีความคิดเห็นว่า สคบ. ต้องดำเนินงานด้วยความรวดเร็ว ทันสถานการณ์ และตรงจุด เช่น ระบบในการใช้งานร้องทุกข์ออนไลน์ของ สคบ. มีความซับซ้อนย่อย ประชาชนใช้งานได้ไม่สะดวก อีกทั้งสายด่วน สคบ. ยังติดต่อยาก จึงไม่มีผู้รับเรื่องร้องเรียนของประชาชนเมื่อถูกเอารถเอาเปรียบและการตรวจสอบตาชั่งของผู้ค้าในตลาดที่ล่าช้า เป็นต้น 2. ต้องมีการบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องร่วมกับ สคบ. เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และได้รับการบริการด้านคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม เช่น การตรวจสอบกระเช้าปีใหม่ ต้องมีการประสานความร่วมมือของ สคบ. กปส. กรมการค้าภายในและศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดร่วมกันตรวจสอบ ผู้ประกอบการและเตือนภัยประชาชนและผู้บริโภคที่จะเลือกซื้อกระเช้าของขวัญ รวมทั้งยังเปิดช่องทางร้องเรียนที่เว็บไซต์ WWW.OCPB.GO.TH สายด่วน สคบ.1166 สายด่วน กรมการค้าภายใน 1569 และศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดนั้นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคร้องเรียนเมื่อเกิดความเดือดร้อน เป็นต้น





กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ
กลยุทธ์ที่ 3 การติดตามตรวจสอบและสนับสนุนการทำงานของสื่อ	โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์	สำนักงาน กสทช.	- เชิงคุณภาพ 1. มีช่องทางสื่อสารกับเครือข่ายผู้บริโภคที่หลากหลาย 2. ผู้บริโภคได้รับความรู้ ความเข้าใจ ในสิทธิของตน และมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้ความสามารถสู่ระดับสากล 3. เครือข่ายผู้บริโภคมีการเฝ้าระวังและแจ้งข้อมูล/ร้องเรียน มีการประสานหน่วยงานภาคีเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ และหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง
กลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในกรบริโภคอย่างยั่งยืน	โครงการถ่ายทอดและเผยแพร่องค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชนในเขต จ.อุดรธานี	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เชิงปริมาณ ผู้ประกอบการร้านค้าและวิสาหกิจในเขต จ.อุดรธานี ทั้ง 16 กลุ่ม มียอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 - เชิงคุณภาพ ผู้ประกอบการร้านค้าและวิสาหกิจในเขต จ.อุดรธานี ทั้ง 16 กลุ่ม ได้รับการพัฒนาบนฐานของความยั่งยืน สามารถแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้เป็นอย่างดี
	โครงการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาทางการตลาดแก่ชุมชน ในเขต จ.อุดรธานี	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- เชิงปริมาณผู้ประกอบการร้านค้าและวิสาหกิจในเขต จ.อุดรธานี ทั้ง 16 กลุ่ม ได้รับคำปรึกษาทางการตลาด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 - เชิงคุณภาพ ผู้ประกอบการร้านค้าและวิสาหกิจในเขต จ.อุดรธานี ทั้ง 16 กลุ่ม ได้รับการแก้ไขในเรื่องผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา บรรจุภัณฑ์ และการตลาดออนไลน์ และประเด็นอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการสนใจ และนำไปใช้ในร้านค้าของตนได้อย่างเหมาะสม

ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ บรรลุเป้าหมายจำนวน 2 กลยุทธ์ และไม่บรรลุเป้าหมาย 2 กลยุทธ์ ผลจากการดำเนินการตามตารางข้างต้น สรุปประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ ส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการประเมินผล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ต่าง ๆ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี

2. จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาเข้าร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้ กลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความครบถ้วนจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

3. ควรเพิ่มจำนวนโครงการที่สะท้อนตามกลยุทธ์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความหลากหลายจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

เมื่อพิจารณาข้อมูลผลการดำเนินงานในยุทธศาสตร์ที่ 3 ประจำปี 2562 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้





### 1.3.1 กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญ

ดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : อัตราการเพิ่มขึ้นของงานวิจัย/องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

หน่วยวัด : ร้อยละ

ค่าเป้าหมาย:

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
2	4	6	8	10

สูตรการคำนวณ :

$$\frac{\text{จำนวนองค์ความรู้ปัจจุบัน} - \text{จำนวนองค์ความรู้เดิม}}{\text{จำนวนองค์ความรู้เดิม}} \times 100$$

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : อัตราการเพิ่มขึ้นของงานวิจัย/องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ 51.40 อัตราการเพิ่มขึ้นของงานวิจัย/องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในปี 2562 ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
---	---





ตารางที่ 6-12 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 (ในยุทธศาสตร์ที่ 3)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
<p>1. โครงการส่งเสริมการนำเรื่องการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ไปใช้ในระดับอุดมศึกษา</p> <p>- การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ/กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์</p> <p>(สำนักงาน กสทช.)</p>	<p>1. ดำเนินการส่งเสริมการนำเรื่องการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ไปใช้ในระดับอุดมศึกษา ร่วมกันสถาบันการศึกษา 13 แห่ง ครอบคลุม 4 ภูมิภาค โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมบุคลากรทางด้านการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ด้านนิเทศศาสตร์ หรือสื่อสารมวลชน และด้านครุศาสตร์หรือศึกษาศาสตร์ ให้มีความรู้ ความเข้าใจ มีเทคนิคหรือวิธีการที่หลากหลาย และสามารถนำเนื้อหาหรือตำรารู้เท่าทันสื่อไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา/มหาวิทยาลัยทั้ง 13 แห่ง จัดให้มีการจัดการเรียนการสอนด้านรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการในด้านนิเทศศาสตร์ หรือสื่อสารมวลชน และด้านคณะศึกษาศาสตร์หรือ ครุศาสตร์ของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเดียวกันได้อย่างเหมาะสม</p> <p>2. ดำเนินการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อนอกระบบการศึกษา 36 แห่ง โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์กับสถาบันการศึกษาในประเทศ เพื่อเป็นการยกระดับการขับเคลื่อนงานด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และเกิดความต่อเนื่อง</p> <p>3. ร่วมกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาจัดประชุมเพื่อส่งเสริมการรู้จักสิทธิรู้จักสื่อวิทยุ-โทรทัศน์กับภาคีเครือข่ายสถาบันการศึกษาในพื้นที่</p> <p>-ร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดการสัมมนาโครงการเครือข่ายแกนนำเด็กและเยาวชนเพื่อเข้าถึง เข้าใจและรู้เท่าทันสื่อในการบริโภคสื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงจังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จ.จันทบุรี</p>	<p>- เชิงคุณภาพ 1.มีแผนงานโครงการเพื่อพัฒนาและเพิ่มความสามารถของประชาชนทุกกลุ่ม และดำเนินการในมิติที่หลากหลาย รวมทั้งสอดคล้องกับบริบทของสื่อในปัจจุบัน</p> <p>2. มีการดำเนินการรวมกลุ่มและจัดกิจกรรมเพื่อให้มีหลักเกณฑ์/ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>-</p> <p>(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)</p>	<p>ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า</p> <p>1. มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประเมินผลในครั้งนี้</p> <p>2. สำหรับโครงการที่ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลได้ เนื่องจากรูปแบบกิจกรรมการดำเนินงาน และผลลัพธ์ที่รายงานตามตัวชี้วัดมีลักษณะไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของตัวชี้วัด</p> <p>3. โครงการที่นำมาใช้ในการประเมินผลตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์ดังกล่าว เป็นเพียงข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว</p>



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	<p>-ร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคใต้ จัดการสัมมนาเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อ รู้สิทธิ สานพลังเครือข่ายเยาวชนผู้บริโภคภาคใต้ ภายใต้โครงการ“ส่งเสริมเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ภาคกลางสู่การเป็น Active Consumer” จัดโดยภาคีเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการวิทยุและโทรทัศน์ภาคใต้ (Power Gen Team) วันที่ 22 สิงหาคม 2562 ณ โรงแรมไดอานาใหญ่ จังหวัดสงขลา</p> <p>-ร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดกิจกรรมค่าย “เยาวชนสร้างสรรค์ รู้ทันสื่อ” ภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยกลุ่มภาคีสถาบันศึกษา องค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรสื่อมวลชนและประชาชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ณ อุทยานส่งเสริมการเรียนรู้ ชูดาปาร์ค อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ระหว่างวันที่ 18 - 19 กรกฎาคม 2562</p>			
2. โครงการการให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการและการบริโภคอาหารให้เหมาะสมตามวัยเพื่อสุขภาพที่ดีและป้องกันการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	<p>- เพื่อให้ความรู้ทางโภชนาการ สารอาหารแต่ละชนิด ที่มาของสารอาหารแต่ละชนิด ปริมาณสารอาหารแต่ละชนิดที่ประชาชนในแต่ละวัยต้องการอย่างเหมาะสม ผลจากการได้รับสารอาหารบางชนิดอย่างไม่เหมาะสมที่มีต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังต่างๆ แก่ประชาชน</p> <p>*หมายเหตุ : คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์</p>	<p>- เจริญปริมาณ</p> <p>1. จัดกิจกรรมย่อย จำนวน 2 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมโครงการรวม 296 คน</p> <p>2. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 88 และสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิต ร้อยละ 90.6</p> <p>- เจริญคุณภาพ ความพึงพอใจในกระบวนการให้บริการ ร้อยละ 87.9</p>	ร้อยละ 90.60  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
3. พัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรและการค้าผลไม้ภาคตะวันออก  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	1. ดำเนินการพัฒนาการผลิตและธุรกิจสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐานสากล โดยการใช้ครุภัณฑ์ศูนย์ทดสอบสินค้าเกษตรฯ ที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ ไปวิจัยและต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อรองรับการพัฒนาสายอาชีพด้านอาหารให้กับผู้ประกอบการ	- เจริญปริมาณ มีศูนย์เฝ้าระวังและตรวจสอบสินค้าเกษตรและคุณภาพอาหารเบื้องต้น และศูนย์ทดสอบสินค้าเกษตรและอาหารตามมาตรฐาน ISO 17025/IEC17025	-	(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	<p>2. จัดทำคู่มือ ISO 17025 โดยเอกสารสามารถดำเนินการเขียนคู่มือ ISO/IEC 17025/ Work instruction/ Form และ SD ตามหลักการของระบบ ISO มาตรฐานสากล ทั้งสี่ส่วนของระบบเอกสาร</p> <p>3. ยื่นขอรับรองมาตรฐาน ISO 17025 ได้นำเอกสารมาทำการประเมินภายใน (Internal audit) และยื่นขอตรวจประเมินจากบุคคลภายนอก (GAP audit) เพื่อเตรียมความพร้อมในการประเมินจริงหลังจากที่นำระบบไปใช้จริงอย่างน้อย 6 เดือน</p> <p>4. พัฒนาบุคลากรให้ได้รับรองมาตรฐานการเป็นที่ปรึกษา ด้านเกษตรและอาหารด้วยการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเป็นที่ปรึกษาด้านอาหารแก่ชุมชน โดยส่งเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ทดสอบสินค้าเกษตรฯ ไปอบรมระบบ ISO 17025 และการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบางส่วนงานได้รับใบรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจัดอบรมมาตรฐานอาหารและการแปรรูปให้กับบุคคลภายนอกพร้อมให้เยี่ยมชมศูนย์ทดสอบสินค้าเกษตรฯ</p> <p>5. มีศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรและอาหารและห้องปฏิบัติการทดสอบมาตรฐาน ISO/IEC 17025</p>	เพื่อให้บริการวิเคราะห์และออกไปรับรองคุณภาพจำนวน 1 ศูนย์		
4. โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมระดับประเทศ  (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	จำนวนองค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค 215 เรื่อง (บทความ จำนวน 74 เรื่อง/ infographic จำนวน 141 เรื่อง)	- เติบโตปริมาณ จำนวนองค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค 215 เรื่อง (บทความ จำนวน 74 เรื่อง/ infographic จำนวน 141 เรื่อง) - เติบโตคุณภาพ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นขององค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค: 51.40 (ฐานข้อมูล ปี 2561 มีจำนวน 142 เรื่อง)	ร้อยละ 51.40	
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			บรรลุ	





ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 4 โครงการ ในจำนวน 4 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 1 โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่ โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมระดับประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

การติดตามประเมินผล พบว่า มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการส่งเสริมการนำเรื่องการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ไปใช้ในระดับอุดมศึกษา (การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ/กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์) (สำนักงาน กสทช.)
2. โครงการการให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการและการบริโภคอาหารให้เหมาะสมตามวัยเพื่อสุขภาพที่ดีและป้องกันการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
3. พัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรและการค้าผลไม้ภาคตะวันออก (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)

ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้ ในภาพรวม พบว่า ในแต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี และควรเน้นการเพิ่มงานวิจัย/ องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มิใช่เป็นโครงการ/ กิจกรรม ที่เป็นการอบรมให้ความรู้ อีกทั้งข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่สร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง





### 1.3.2 กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

หน่วยวัด : ร้อยละ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
80	85	90	95	100

สูตรการคำนวณ :

$$\frac{\text{จำนวนประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค}}{\text{จำนวนกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด}} \times 100$$

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ - ของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในปี 2562 ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้ (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)
--	---



ตารางที่ 6-13 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2 (ในยุทธศาสตร์ที่ 3)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. กิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิ ผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการ ใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะ ประจำปี 2562  (สำนักงาน กสทช.)	จัดอบรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และประเด็น อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการโทรคมนาคมและสิ่งแวดล้อม ให้แก่ สาธารณะ โดยเน้นหน่วยงานหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถเผยแพร่ความรู้ ต่อไปยังบุคคลรอบข้างและชุมชนได้ เช่น หัวหน้าส่วนราชการ องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชนต่างๆ หน่วยงาน คุ้มครองผู้บริโภค สื่อมวลชนในพื้นที่ นักเรียน นักศึกษา และประชาชน ผู้สนใจทั่วไป ในส่วนภูมิภาค จำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ 1) จังหวัดชัยนาท 2) จังหวัดสุโขทัย 3) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 4) จังหวัดพัทลุง 5) จังหวัดเลย	- เชิงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ความ เข้าใจ ในเรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และตระหนักถึงสิทธิที่ตนมีตามกฎหมาย และ เท่าทันต่อบริการโทรคมนาคมในยุคดิจิทัล ตลอดจนตระหนักถึงความสำคัญจำเป็นในการ ปกป้องคุ้มครองตนเองจากการถูกละเมิดข้อมูล ส่วนบุคคลผ่านบริการโทรคมนาคมที่อาจเกิดขึ้น กับตนได้	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	ผลการดำเนินงานของ โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 2 จากหน่วยงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของ กลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถ นำมาใช้ร่วมในการ ประเมินผลในครั้งนี้ 2. ควรมีการกำหนด กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด ที่ชัดเจนในระดับภาพรวม ของประเทศ แล้วจึงนำ โครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้ บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมาย ของการทำโครงการใด โครงการหนึ่งเท่านั้น
2. กิจกรรมการสร้างความรู้ ความ เข้าใจ เกี่ยวกับมาตรฐานความ ปลอดภัยของเสาส่งสัญญาณ โทรศัพท์มือถือ  (สำนักงาน กสทช.)	จัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องผลกระทบ ของการแผ่คลื่น แม่เหล็กไฟฟ้าจากสถานีฐานโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อสุขภาพ และความรู้ด้าน การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ให้แก่ ผู้แทนหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน ส่วนราชการ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มภาคประชาสังคม ผู้นำชุมชน สื่อมวลชน และ ประชาชนผู้สนใจ จำนวนรวม 5 จังหวัด ได้แก่ 1) จังหวัดกำแพงเพชร 2) จังหวัดระยอง วันที่ 3) จังหวัดอุบลราชธานี 4) จังหวัดลำพูน 5) จังหวัดระนอง	- เชิงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้และ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเสาส่ง สัญญาณโทรศัพท์มือถือ	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
3. กิจกรรมการสร้างความรู้ตระหนักรู้ ให้แก่เยาวชนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการ โทรคมนาคมในระดับมัธยมศึกษา  (สำนักงาน กสทช.)	จัดอบรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ให้แก่ นักเรียน ระดับมัธยมศึกษาในสถานศึกษา จำนวน 300 คน จำนวนรวม 8 ครั้ง 1. โรงเรียนสิรินธร จังหวัดสุรินทร์ วันที่ 16 สิงหาคม 2562 2. โรงเรียนเซนต์คาเบรียล จังหวัดกรุงเทพมหานคร วันที่ 29 สิงหาคม 2562 3. โรงเรียนตากพิทยาคม จังหวัดตาก วันที่ 3 กันยายน 2562	- เชิงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ในเรื่อง สิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมมากขึ้น พร้อมทั้งสามารถดูแลตนเองและสามารถ นำความรู้มาดูแลตนเองเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลรอบข้างได้อย่าง ถูกต้องและเหมาะสม	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	<p>4. โรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช วันที่ 8 พฤศจิกายน 2562</p> <p>5. โรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย จังหวัดเชียงราย วันที่ 22 พฤศจิกายน 2562</p> <p>6. โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สวนกุหลาบวิทยาลัย จังหวัดสมุทรปราการ วันที่ 25 พฤศจิกายน 2562</p> <p>7. โรงเรียนเบญจมราชานุสรณ์ จังหวัดนนทบุรี วันที่ 6 ธันวาคม 2562</p> <p>8. โรงเรียนโพธิสารพิทยากร จังหวัด กรุงเทพมหานคร วันที่ 24 ธันวาคม 2562</p>			
<p>4. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์</p> <p>(สำนักงาน กสทช.)</p>	<p>1. จัดทำช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น จัดกิจกรรมลงพื้นที่, จัดทำ Website, และสื่อ Social Media Facebook, Infographic, สื่อวีดิทัศน์</p> <p>2. เครือข่ายผู้บริโภคฯ มีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง แจ้งข้อมูล/ร้องเรียน ทั้งในด้านของการให้บริการของผู้ประกอบกิจการฯ และด้านการนำเสนอเนื้อหารายการที่เข้าข่ายเป็นการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ อาทิ การโฆษณาเกินจริง หลอกลวง การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย การออกอากาศรายการในลักษณะที่จัดให้มีข้อความหรือข้อมูล ซึ่งมีขนาดพื้นที่รวมกันเกินหนึ่งในแปดของขนาดพื้นที่หน้าจอโทรทัศน์ ฯลฯ</p> <p>*หมายเหตุ : อยู่ในกลยุทธ์ที่ 2 และ 3</p>	<p>- เชิงคุณภาพ</p> <p>1. มีช่องทางการสื่อสารกับเครือข่ายผู้บริโภคที่หลากหลาย</p> <p>2. ผู้บริโภคได้รับความรู้ ความเข้าใจ ในสิทธิของตน และมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้ความสามารถสู่ระดับสากล</p> <p>3. เครือข่ายผู้บริโภคมีการเฝ้าระวังและแจ้งข้อมูล/ร้องเรียน มีการประสานหน่วยงานภาคีเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ และหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง</p>	-	(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)
<p>5. โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม</p> <p>- กิจกรรมการรณรงค์สร้างจิตสำนึกด้านคุณภาพเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้เกิดขึ้นในทุกระดับ</p> <p>(สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</p>	<p>เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการมาตรฐานเพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย</p>	<p>- เชิงปริมาณ ผู้รับรู้ข้อมูลด้านการมาตรฐานผ่าน Facebook จำนวน 497,870 คน</p> <p>- เชิงคุณภาพ ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ในการเลือกซื้อสินค้าที่ได้มาตรฐาน มอก. เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน</p>	-	(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)
<p>6. โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม</p>	<p>- สัมมนาส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรภาคการศึกษา</p>	<p>- เชิงปริมาณ บุคลากรครู -อาจารย์ระดับมัธยมศึกษามีความรู้เรื่องมาตรฐาน จำนวน 186 คน</p>	-	



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
- กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่ มาตรฐานสู่ภาคการศึกษาระดับ มัธยมศึกษา  (สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)		- เชิงคุณภาพ ครู-อาจารย์ มีความรู้ ความ เข้าใจ การมาตรฐานสามารถเป็นเครือข่ายของ สมอ. ในการเผยแพร่ความรู้ด้านการมาตรฐานสู่ นักเรียน/ชุมชนได้	(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
7. สัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่ ครู-อาจารย์ ระดับมัธยมศึกษา  (สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)	- สัมมนาส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรภาคการศึกษา	- เชิงปริมาณ บุคลากรครู-อาจารย์ระดับ มัธยมศึกษามีความรู้เรื่องมาตรฐาน จำนวน 150 คน - เชิงคุณภาพ ครู-อาจารย์ มีความรู้ ความเข้าใจ การมาตรฐานสามารถเป็นเครือข่ายของ สมอ. ใน การเผยแพร่ความรู้ด้านการมาตรฐานสู่นักเรียน/ ชุมชนได้	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
8. สัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่ นักเรียนระดับอาชีวศึกษา  (สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)	- สัมมนาส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรภาคการศึกษา	- เชิงปริมาณ บุคลากรระดับอาชีวศึกษามีความรู้ เรื่องมาตรฐาน จำนวน 158 คน - เชิงคุณภาพ นักเรียน/นักศึกษา ระดับ อาชีวศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจ เรื่องมาตรฐาน ระบบการจัดการ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อ เตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ตลาดวิชาชีพ	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
9. กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่ มาตรฐานสู่สังคมชุมชนเพื่อสร้าง เครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและ คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค  (สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)	- สัมมนาให้ความรู้เรื่องมาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเครือข่ายบุคลากร ท้องถิ่น แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	- เชิงปริมาณ บุคลากรในชุมชนได้รับความรู้เรื่อง มาตรฐาน มอก. จำนวน 436 คน - เชิงคุณภาพ - บุคลากร/องค์กรส่วนท้องถิ่นมี ความรู้ ความเข้าใจ ด้านการเผยแพร่ความรู้ด้าน มาตรฐานสู่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นพันธมิตรและ เครือข่าย สมอ.	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
10. ค่าใช้จ่ายพัฒนาสิทธิและสุขภาพ ครั้งที่ 35	จัดกิจกรรมออกค่ายนักศึกษา ม.ขอนแก่น โดยชมรมคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ความรู้แก่คนในชุมชนเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น ตรวจเช็คหมายเลข อย. โทษของการทานยาชุดของชาวบ้าน และปัญหา	- เชิงปริมาณ 1. ร้อยละ 88 ของผู้เข้าร่วม กิจกรรมเรื่องการให้ความรู้และเกิดความ ตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภค	ร้อยละ 90	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
(สำนักงานปลัดกระทรวงการ อุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม)	ต่างๆ ด้านสุขภาพที่พบในแต่ละชุมชน ณ โรงเรียนโคกก่อวิทยา ต. โนน ศิลา อ.สหัสขันธ์ จ.กาฬสินธุ์ ระหว่างวันที่ 25 – 29 ธันวาคม 2561	2. ร้อยละ 90 ของชาวบ้านที่ร่วมกิจกรรมเรื่อง การให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในการเลือก ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคได้ดียิ่งขึ้น 3. ร้อยละ 95 ของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรม เรื่องการ ให้ความรู้แก่นักเรียนและเด็กในชุมชนมี พัฒนาการที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการ บริโภคอาหาร 4. ร้อยละ 100 ของนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรม การพัฒนาชุมชน - เชิงคุณภาพ 1. คนในชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับ สิทธิผู้บริโภค 2. คนในชุมชนสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่าง ปลอดภัยและมีคุณภาพ 3. นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและ เผยแพร่สู่ชุมชนได้ 4. นักเรียนและเด็กในชุมชนมีพัฒนาการที่ดี เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหาร 5. นักเรียนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน	(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
11. โครงการสื่อสร้างสรรค์ทางการ ท่องเที่ยว  (สำนักงานปลัดกระทรวงการ อุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม)	- จัดโครงการ วันที่ 13 มี.ค. 62 ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ นักศึกษาสาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว และบริการ ชั้นปีที่ 3 จำนวน 104 คน นักศึกษา ที่สนใจ จำนวน 126 คน ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการภาพรวม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 จัดโดยสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว และบริการ	- เชิงปริมาณ 1. ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ไม่น้อยกว่า ร้อย ละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 2. สร้างองค์ความรู้ด้านสิทธิประโยชน์ของตน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมาย - เชิงคุณภาพ นักศึกษาได้รับการพัฒนา องค์ความรู้โดยผ่านระบบการเรียนการสอน ที่สอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21 โดยผ่านการปฏิบัติงานจริงกับ กลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละ 80  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
12. โครงการผลิตสื่อสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาท้องถิ่น  (สำนักงานปลัดกระทรวงการ อุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม)	- จัดโครงการ วันที่ 15-16 มิ.ย. 62 ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ นักศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ จำนวน 95 คน ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 51.7 จัดโดยสาขาวิชานิติศาสตร์	- เจริญปริมาณ 1. สื่อเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนา ชุมชนในหลากหลายช่องทาง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ การรณรงค์ คลิปวิดีโอ การสัมมนา เป็นต้น 2. คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ และเข้าใจสื่อ และไม่ หลงกลสื่อที่โฆษณาชวนเชื่อมากเกินไปจนความเป็นจริง - เจริญคุณภาพ นักศึกษาได้พัฒนาความรู้ด้านการ ผลิตสื่อ ได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี สร้างสรรค์เพื่อจัดทำ สื่อสิ่งพิมพ์ คลิปวิดีโอต่อสาธารณะ	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
13. กิจกรรม Chef Move to School  (สำนักงานปลัดกระทรวงการ อุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม)	บูรณาการร่วมกับรายวิชาวิทยาศาสตร์การประกอบอาหาร ของนักศึกษา รหัส 61 อาจารย์และนักศึกษาให้องค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตเค้กและ การตกแต่งเค้กอย่างง่ายๆ เช่น หลักการตีครีมเพื่อใช้แต่งหน้าเค้ก อย่างง่าย หลักการผสมสีครีมสำหรับตกแต่งเค้ก เพื่อเพิ่มทักษะการ เรียนรู้ สร้างจินตนาการเสริมสร้างการเรียนรู้ ให้กับเด็กๆ มากขึ้น อีกทั้ง ยังเสริมสร้างให้นักศึกษาของหลักสูตรมีความกล้าแสดงออก สามารถนำ ความรู้ความสามารถที่มีสื่อสารต่อสาธารณชนได้อย่างถูกต้องและเป็น ประโยชน์ต่อสังคม	- เจริญปริมาณ 1) นักเรียนโรงเรียนสาธิตละออ อุทิศ จำนวน 230 คน 2) นักศึกษาชั้นปี ที่ 1 และ ชั้นปีที่ 2 หลักสูตร เทคโนโลยีการประกอบอาหารและการบริการ จำนวน 50 คน 3) อาจารย์โรงเรียนสาธิตละอออุทิศ จำนวน 40 คน 4) ผลการประเมินความพึงพอใจ ระดับมาก ร้อยละ 62.5 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 32.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 5 - เจริญคุณภาพ 1) เด็กเล็กบ้านหนูน้อย มีความเข้าใจใน องค์ประกอบของวัตถุดิบอย่างง่าย และการ ควบคุมกลิ่นเนื้อเค้กในการบีบครีมเป็น รูปแบบอย่างง่าย ๆ 2) เด็กอนุบาลมีความเข้าใจในองค์ประกอบของ วัตถุดิบอย่างง่าย ๆ สามารถแยกความแตกต่าง ขององค์ประกอบในการตกแต่งเค้ก เช่น ครีมและแยม และทราบวัตถุดิบที่ใช้ตกแต่งเค้ก ว่าผลิตจากน้ำตาลที่ใส่สี เป็นต้น 3) นักศึกษา หลักสูตรเทคโนโลยีการประกอบ อาหารและการบริการ สามารถสื่อสารสื่อสาร วิธีการแต่งหน้า การผสมสีและการตกแต่ง	ร้อยละ 62.5  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงาน)	



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
		ค้ำเค็มให้กับนักเรียนในแต่ละช่วงวัยของ โรงเรียนสาธิตละอออุทิศ ได้อย่างเรียบร้อยและ เหมาะสม		
14. โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อ สนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงรุก - โครงการสารคดี สั้น 1 นาที กับ กปด. เสริมสร้างความปลอดภัยในการ ใช้รถใช้ถนน  (กรมประชาสัมพันธ์)	ผลิตและประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการขับซิ่งให้ปลอดภัย ตามสถานการณ์เทศกาล ออกอากาศเป็นประจำทุกวัน ทางสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และวิทยุเครือข่ายของ กรมประชาสัมพันธ์ ความยาว 1 นาที ในช่วงเช้าภาคเช้า เวลา 07.00- 07.30 น.	- เจริญปริมาณ ผลผลิต จำนวน 274 ครั้ง (สารคดี 1 นาที จำนวน 250 ตอน และสื่อบุคคล 1 นาที จำนวน 24 ตอน)	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	
15. โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง  (กรมประชาสัมพันธ์)	ผลิตและประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารการดำเนินการเกี่ยวกับกร คุ้มครองผู้บริโภคของรัฐ ผ่านสื่อในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ ทั้ง 3 ช่องทาง : สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อออนไลน์	- เจริญปริมาณ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในสังกัด กรมประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ช่องทาง ผลผลิต จำนวน 13,681 ครั้ง ประกอบด้วย 1. สื่อโทรทัศน์ เช่น ข่าว รายการ สปอต สารคดี สื่อบุคคล แทรก อักษรวิง เป็นต้น จำนวน 673 ครั้ง 2. สื่อวิทยุกระจายเสียง เช่น ข่าว รายการ สปอต สารคดี สื่อบุคคล แทรก บทความ เป็นต้น ผลผลิตจำนวน 12,574 ครั้ง 3. สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และ Social Media (FACEBOOK,INSTAGRAM,LINE,TWITTER และ Youtube)การเผยแพร่ (POST) จำนวน 434 ครั้ง การมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อ ออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และ SOCIAL MEDIA (FACEBOOK,INSTAGRAM,LINE,TWITTERและ Youtube)มีดังนี้ 1. การเข้าถึงของประชาชน(View) จำนวน 1,525,551 ครั้ง 2. กด LIKE จำนวน 120,425 ครั้ง 3. กด Share จำนวน 3,341 ครั้ง 4. การแสดงความคิดเห็น (Comment) จำนวน 918 ความคิดเห็น	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
		<p>- เชิงคุณภาพ ประชาชนมีความรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ จึงได้ประเมินผลจากความคิดเห็นของประชาชนผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. ประชาชนมีความคิดเห็นว่า สคบ. ต้องดำเนินงานด้วยความรวดเร็ว ทันสถานการณ์และตรงจุด เช่น ระบบในการใช้งานร้องทุกข์ออนไลน์ของ สคบ. มีความขัดข้องบ่อย ประชาชนใช้งานได้ไม่สะดวก อีกทั้งสายด่วน สคบ. ยังติดต่อยาก จึงไม่มีผู้รับเรื่องร้องเรียนของประชาชนเมื่อถูกเอารถเอาเปรียบและการตรวจสอบตาชั่งของผู้ค้าในตลาดที่ล่าช้า เป็นต้น</li><li>2. ต้องมีการบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องร่วมกับ สคบ. เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และได้รับการบริการด้านคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม เช่น การตรวจสอบกระเช้าปีใหม่ ต้องมีการประสานความร่วมมือของ สคบ. กปส.กรมการค้าภายใน และศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดร่วมกันตรวจสอบผู้ประกอบการและเตือนภัยประชาชนและผู้บริโภคที่จะเลือกซื้อกระเช้าของขวัญ รวมทั้งยังเปิดช่องทางร้องเรียนที่เว็บไซต์ <a href="http://WWW.OCPB.GO.TH">WWW.OCPB.GO.TH</a> สายด่วน สคบ.1166 สายด่วน กรมการค้าภายใน1569 และศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดนั้นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคร้องเรียนเมื่อเกิดความเดือดร้อน เป็นต้น</li></ol>		
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			ไม่บรรลุ	





ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 2 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 15 โครงการ ในจำนวน 15 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 15 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. กิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะ ประจำปี 2562 (สำนักงาน กสทช.)
2. กิจกรรมการสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยของเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์มือถือ (สำนักงาน กสทช.)
3. กิจกรรมการสร้างความรู้ตระหนักรู้ให้แก่เยาวชนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมในระดับมัธยมศึกษา (สำนักงาน กสทช.)
4. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (สำนักงาน กสทช.)
5. โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (กิจกรรมการณรงค์สร้างจิตสำนึกด้านคุณภาพเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้เกิดขึ้นในทุกกระดับ) (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
6. โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่ภาคการศึกษาระดับมัธยมศึกษา) (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
7. สัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่ครู-อาจารย์ ระดับมัธยมศึกษา (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
8. สัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่นักเรียนระดับอาชีวศึกษา (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
9. กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคมชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
10. ค่ายอาสาพัฒนาสิทธิและสุขภาพครั้งที่ 35 (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
11. โครงการก่อสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยว (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
12. โครงการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
13. กิจกรรม Chef Move to School (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
14. โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงรุก (โครงการสารคดี สั้น 1 นาที กับ กปถ. เสริมสร้างความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน) (กรมประชาสัมพันธ์)
15. โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง (กรมประชาสัมพันธ์)





จากผลการดำเนินงานทุกโครงการไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ เนื่องจากรูปแบบของกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่างกัน ประกอบกับการคำนวณในตัวชี้วัดดังกล่าวเป็นการคำนวณจากการเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา จึงไม่สามารถคำนวณผลการดำเนินงานได้ในแต่ละโครงการเนื่องจากผู้ดำเนินโครงการขาดข้อมูล รวมถึงความรู้ ความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัด ส่งผลทำให้การรายงานผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามตัวชี้วัดที่กำหนด ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์อย่างเร่งด่วน รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี และควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น ตลอดจนควรสร้างความรู้ ความเข้าใจ ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวชี้วัดหรือผลลัพธ์ตามเป้าหมายของกลยุทธ์





### 1.3.3 กลยุทธ์ที่ 3 การติดตามตรวจสอบและสนับสนุนการทำงานของสื่อ ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : ระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายต่อการเฝ้าระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค

หน่วยวัด : ระดับ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
1	2	3	4	5

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : ระดับการมีส่วนร่วมของ เครือข่ายต่อการเฝ้าระวังสื่อที่ ละเมิดสิทธิผู้บริโภค	ระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายต่อการเฝ้าระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคในปี 2562 อยู่ในระดับ 3 ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
--	--





ตารางที่ 6-14 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 3 (ในยุทธศาสตร์ที่ 3)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์  (สำนักงาน กสทช.)	1. จัดทำช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น จัดกิจกรรมลงพื้นที่, จัดทำ Website, และสื่อ Social Media Facebook, Infographic, สื่อวีดิทัศน์ 2. เครือข่ายผู้บริโภคฯ มีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง แจ้งข้อมูล/ร้องเรียน ทั้งในด้านของการให้บริการของ ผู้ประกอบการฯ และด้านการนำเสนอเนื้อหารายการ ที่เข้าข่ายเป็นการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ อาทิ การโฆษณาเกินจริง หลอกหลวง การโฆษณาผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ผิดกฎหมาย การออกอากาศรายการใน ลักษณะที่จัดให้มีข้อความหรือข้อมูล ซึ่งมีขนาดพื้นที่ รวมกันเกินหนึ่งในแปดของขนาดพื้นที่หน้าจอโทรทัศน์ ฯลฯ  *หมายเหตุ : อยู่ในกลยุทธ์ที่ 2 และ 3	- เชิงคุณภาพ 1. มีช่องทางการสื่อสารกับ เครือข่ายผู้บริโภคที่หลากหลาย 2. ผู้บริโภคได้รับความรู้ ความเข้าใจ ในสิทธิของตน และ มีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้ ความสามารถสู่ระดับสากล 3. เครือข่ายผู้บริโภคมีการเฝ้าระวัง และแจ้งข้อมูล/ร้องเรียน มีการ ประสานหน่วยงานภาคีเครือข่าย ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ และ หน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง ในการกำกับดูแลกิจการกระจาย เสียงและกิจการโทรทัศน์อย่าง ต่อเนื่อง	ระดับ 3  ระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายต่อ การเฝ้าระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค ในปี 2562 อยู่ในระดับ 3  บรรลุ	การดำเนินการโครงการ ภายใต้กลยุทธ์ที่ 3 โดยพบว่า 1. กิจกรรมต่าง ๆ ภายใน โครงการมีการเฝ้าระวัง ติดตาม แต่ยังคงขาดการมีส่วนร่วม ร่วมในการประเมินผล จึงมี ระดับการมีส่วนร่วมของ เครือข่ายอยู่ระดับ 3 ร่วมดำเนินการ 2. จากหน่วยงานที่รายงาน ผลดังกล่าว พบว่า มีเพียง หน่วยงานเดียวที่มีการ ดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ดังกล่าว
<b>ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์</b>			<b>บรรลุ</b>	

ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 3 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 1 โครงการ ในจำนวน  
1 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 1 โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่ โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการ  
กระจายเสียงและโทรทัศน์ (สำนักงาน กสทช.)

ซึ่งในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ ในภาพรวม พบว่า โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับตัวชี้วัด  
กลยุทธ์ แต่พบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผล  
การดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกัน  
ในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความครบถ้วนจากการดำเนินงาน  
ภายใต้กลยุทธ์ และควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรมระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายต่อการเฝ้าระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ  
ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงควรออกแบบรูปแบบของกิจกรรมที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น





### 1.3.4 กลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : อัตราที่ลดลงของการบริโภคสินค้าและบริการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชน

หน่วยวัด : ร้อยละ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
2	4	6	8	10

สูตรการคำนวณ :

$$\frac{\text{ข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมที่ลดลงฯ ของปีปัจจุบัน - ปีก่อน}}{\text{ข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมที่ลดลงฯ ของปีก่อน}} \times 100$$

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : อัตราที่ลดลงของการบริโภคสินค้าและบริการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชน	ร้อยละ - อัตราที่ลดลงของการบริโภคสินค้าและบริการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนในปี 2562 ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้ (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)
---	--



ตารางที่ 6-15 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 4 (ในยุทธศาสตร์ที่ 3)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. โครงการถ่ายทอดและเผยแพร่องค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชนในเขต จ.อุดรธานี  (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	- จัดโครงการ วันที่ 23-26 เม.ย. 62 ผู้เข้าร่วม โครงการ คือ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด กลุ่มวิสาหกิจและร้านค้า ในเขต จ.อุดรธานี 16 กลุ่ม ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการภาพรวม ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.47 กลุ่มร้านค้า และวิสาหกิจที่เข้าร่วม จำนวน 16 กลุ่ม ประกอบด้วย 1.ร้าน P-TWO BARBER 2. ร้านอิหล่า มาร์เก็ต 3. ร้านแม่ทองรุ่ง ต้าแซบ 4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้สูงอายุสามหนอง 5. หอพักจรัญพัฒน์ 6. ร้าน Dog Town 7. Paviz's bag factory (ภวิษแบคแพคทอรี่) 8. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสิทธิกรดอกไม้สด 9. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกล้วยตาก @ทะเลบัวแดง 10. ร้านเจ้าไชยุดิก 11. ร้านครัว 8 ไร่ 12. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์โยบวบ 13. ไร่สิงห์สรายุ 14. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์บ้านเชียงแหว 15. ร้าน T-Steak (สเติ้ลส์สไตล์ ญี่ปุ่น) 16. ร้านแกงใต้ลุงห่ง จัดโดยสาขาวิชาการตลาด	- เชิงปริมาณ ผู้ประกอบการร้านค้า และวิสาหกิจในเขต จ.อุดรธานี ทั้ง 16 กลุ่ม มียอดขายเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 - เชิงคุณภาพ ผู้ประกอบการร้านค้า และวิสาหกิจในเขต จ.อุดรธานี ทั้ง 16 กลุ่ม ได้รับการพัฒนาบนฐานของความยั่งยืน สามารถแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้เป็นอย่างดี	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการประเมินผลการดำเนินงาน)	ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 4 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า 1. ทุกโครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่ชัดเจนหรือไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประเมินผลในครั้งนี้ 2. ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น
2. โครงการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาทางการตลาดแก่ชุมชน ในเขต จ.อุดรธานี	- จัดโครงการ วันที่ 15-16 มิ.ย. 62 ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด กลุ่มวิสาหกิจและ	- เชิงปริมาณผู้ประกอบการร้านค้า และวิสาหกิจในเขต จ.อุดรธานี ทั้ง 16 กลุ่มได้รับคำปรึกษาทางการตลาด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
(สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	ร้านค้าในเขต จ. อุดรธานี จำนวน 16 กลุ่ม ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการภาพรวม ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 วิสาหกิจที่เข้าร่วม จำนวน 16 กลุ่มประกอบด้วย 1.ร้าน P-TWO BARBER 2. ร้านอีหล่า มาร์เก็ต 3. ร้านแม่ทองรุ่ง ตำแช่บ 4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้สูงอายุ สามหนอง 5. หอพักจิรายุพัฒน์ 6. ร้าน Dog Town 7. Paviz's bag factory (ภวิชแบคแพคทอรี) 8. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสิทธิกรดอกไม้สด 9. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกล้วยตาก @ทะเลบัวแดง 10. ร้านเจ้าไชบูติก 11. ร้านครัว 8 ไร่ 12. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์โยบวบ 13. ไร่สิงห์สรายุ 14. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์บ้านเชียงแห 15. ร้าน T-Steak (สเติร์สสไตล์ญี่ปุ่น) 16. ร้านแกงใต้ลุงเพ่ง จัดโดยสาขาวิชาการตลาด	- เชิงคุณภาพ ผู้ประกอบการร้านค้า และวิสาหกิจในเขต จ.อุดรธานี ทั้ง 16 กลุ่ม ได้รับการแก้ไขในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา บรรจุภัณฑ์ และการตลาดออนไลน์ และประเด็นอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการ สนใจ และนำไปใช้ในร้านค้าของตน ได้อย่างเหมาะสม	(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการร่วมประเมินผลการ ดำเนินงาน)	
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			ไม่บรรลุ	



ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 4 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 2 โครงการ ในจำนวน 2 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 2 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการถ่ายทอดและเผยแพร่องค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชนในเขต จ.อุดรธานี (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)
2. โครงการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาทางการตลาดแก่ชุมชน ในเขต จ.อุดรธานี (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)

จากผลการดำเนินงานทุกโครงการไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ เนื่องจากรูปแบบของกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่างกัน ประกอบกับการคำนวณในตัวชี้วัดดังกล่าวเป็นการคำนวณจากการเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา จึงไม่สามารถคำนวณผลการดำเนินงานได้ในแต่ละโครงการเนื่องจากผู้ดำเนินโครงการขาดข้อมูล รวมถึงความรู้ ความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัด ส่งผลทำให้การรายงานผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามตัวชี้วัดที่กำหนด ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์อย่างเร่งด่วน รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี และควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น





#### 1.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางที่ 6-16 ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ
กลยุทธ์ที่ 1 สร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	โครงการส่งเสริมการประกันภัยตามนโยบายภาครัฐเพื่อประชาชน โดยการจัดอบรม/กิจกรรมให้ความรู้การประกันภัยให้แก่ประชาชนกลุ่มต่างๆ อาทิ เช่น กลุ่มเกษตรกร/ผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องตามนโยบายภาครัฐ เป็นต้น	สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย	- เจริญปริมาณ จำนวนผู้เข้ารับการอบรมและรับรู้เรื่องการประกันภัยข้าวนาปี และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพิ่มขึ้น - เจริญคุณภาพ ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านการประกันภัยข้าวนาปี และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้นและจำนวนเรื่องร้องเรียนด้านการประกันภัยลดน้อยลง
	โครงการ คปภ. เพื่อชุมชนประจำปี 2562	สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย	- เจริญปริมาณ จำนวนประชาชนที่รู้และเข้าใจในเรื่องการประกันภัยเพิ่มมากขึ้นทั้งโดยตรง (ผู้ที่เข้าร่วมงานในชุมชน)และทางอ้อม(ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ) - เจริญคุณภาพ ประชาชนสามารถนำความรู้ไปใช้ปกป้องสิทธิของตนเองครอบครัว และสังคมได้อย่างเหมาะสมและใช้ระบบการประกันภัยเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงและเป็นหลักประกันความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินให้กับตนเองและครอบครัวได้
	โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	สำนักงาน กสทช.	- เจริญคุณภาพ 1.มีแผนงานโครงการเพื่อพัฒนาและเพิ่มความสามารถของประชาชนทุกกลุ่ม และดำเนินการในมิติที่หลากหลาย รวมทั้งสอดคล้องกับบริบทของสื่อในปัจจุบัน 2. มีการดำเนินการรวมกลุ่มและจัดกิจกรรมเพื่อให้มีหลักเกณฑ์/ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
	โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า	กรมการค้าภายใน	- เจริญปริมาณ- มีจำนวนสมาชิกเครือข่ายประเภทประจำ จำนวน 550 คน ประเภทอาสาสมัคร จำนวน 5,000 คน - เจริญคุณภาพ เครือข่าย “อาสาธงฟ้า 1569” ประเภทสมาชิกประจำรายงานภาวะราคาสินค้าภายในกำหนด เวลา คิดเป็นร้อยละ 90 (จำนวน 495 คน)
	โครงการพลังเครือข่ายเยาวชนพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	กรมการค้าภายใน	- เจริญปริมาณ เยาวชนเข้าร่วมโครงการ จำนวน 750 คน - เจริญคุณภาพ เครือข่ายเป้าหมายที่มีความเข้มแข็งในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 70
โครงการผู้นำเยาวชนตามรอยศาสตร์พระราชาสู่การเป็นสังคมบริโภคอย่างยั่งยืนและพอเพียง	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เจริญปริมาณ จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค 151 เครือข่าย - เจริญคุณภาพ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค : 7.85	
กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	โครงการรณรงค์สร้างความตระหนักให้แก่องค์กรผู้บริโภคองค์กรสิ่งแวดล้อมและภาคธุรกิจในแนวทางของการบริโภคอย่างยั่งยืน - กิจกรรมวิทยากรตัวคุณ	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เจริญปริมาณ มีวิทยากรตัวคุณจำนวน 50 ราย - เจริญคุณภาพ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครองผู้บริโภค : ร้อยละ 60



กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ
	โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์	สำนักงาน กสทช.	- เชิงคุณภาพ 1.มีแผนงานโครงการเพื่อพัฒนาและเพิ่มความสามารถของประชาชนทุกกลุ่ม และดำเนินการในมิติที่หลากหลาย รวมทั้งสอดคล้องกับบริบทของสื่อในปัจจุบัน 2. มีการดำเนินการรวมกลุ่มและจัดกิจกรรมเพื่อให้มีหลักเกณฑ์/ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
	กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 77 จังหวัด ประจำปี 2562	สำนักงาน กสทช.	- เชิงคุณภาพ เครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 77 จังหวัด มีความรู้ความเข้าใจ และสามารถเผยแพร่ความรู้เรื่องการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและอุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ ในยุคดิจิทัลให้ถูกวิธี การสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับประชาชนให้มีความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ไปยังคนในพื้นที่และชุมชนของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ
	กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค รุ่น 7”)	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เชิงปริมาณ ผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 39 คน - เชิงคุณภาพ ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 85
	โครงการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค (อสคบ. รุ่นที่1)	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เชิงปริมาณ จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมด 151 เครือข่ายและจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา 120 เครือข่าย - เชิงคุณภาพ ร้อยละของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง: 79.47

ในยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ บรรลุเป้าหมายจำนวน 2 กลยุทธ์ ผลจากการดำเนินการตามตารางข้างต้น สรุปประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ ส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ต่าง ๆ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี

2. จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความครบถ้วนจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

เมื่อพิจารณาข้อมูลผลการดำเนินงานในยุทธศาสตร์ที่ 4 ประจำปี 2562 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้





#### 1.4.1 กลยุทธ์ที่ 1 สร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

หน่วยวัด : ร้อยละ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
2	4	6	8	10

สูตรการคำนวณ :

$$\frac{\text{จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคใหม่}}{\text{จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคเดิม}} \times 100$$

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ 28.93 ที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในปี 2562 ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
--	--



ตารางที่ 6-17 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 (ในยุทธศาสตร์ที่ 4)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
<p>1. โครงการส่งเสริมการประกันภัยตามนโยบายภาครัฐเพื่อประชาชน โดยการจัดอบรม/กิจกรรมให้ความรู้การประกันภัยให้แก่ประชาชนกลุ่มต่างๆ อาทิ เช่น กลุ่มเกษตรกร/ผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องตามนโยบายภาครัฐ เป็นต้น</p> <p>(สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย)</p>	<p>สำนักงาน คปภ. ดำเนินการจัดอบรมความรู้ประกันภัยตามโครงการอบรมความรู้ประกันภัย(Training for the trainers) สำหรับการประกันภัยข้าวนาปีอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ในปี 2562 คณะรัฐมนตรีประกาศให้มีการรับประกันภัยข้าวนาปี เลี้ยงสัตว์ควบคู่กันด้วยเป็นปีแรก สำนักงาน คปภ. ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการจัดอบรมความรู้และประชาสัมพันธ์ประกันภัยข้าวนาปี โดยพิจารณาคัดเลือกจังหวัดที่จัดอบรมจากจำนวนพื้นที่เพาะปลูกอัตรการทำประกันภัย และอัตราการจ่ายค่าสินไหมทดแทน จำนวน 10 จังหวัด ได้แก่ นครราชสีมา นครสวรรค์ ชัยนาท เพชรบูรณ์ น่าน เชียงราย ขอนแก่น อุบลราชธานี นครพนม และ นครศรีธรรมราช ประกอบด้วยกิจกรรมหลักๆ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การลงพื้นที่รับฟังความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ทำประกันภัยข้าวนาปี รวมถึงการสร้างความรู้ ความเข้าใจ แก่เกษตรกรโดยตรง ซึ่งได้รับการตอบรับจากเกษตรกรเป็นอย่างดี</li> <li>2. การอบรมความรู้ประกันภัย (Training for the trainers) สำหรับการประกันภัยข้าวนาปี และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยเป็นการให้ความรู้ด้านการประกันภัยแก่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยข้าวนาปี และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปถ่ายทอดให้แก่เกษตรกรในวงกว้างต่อไป อีกทั้งยังเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ด้านการประกันภัย เพื่อให้การดำเนินการตามโครงการฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>3. การลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) ระหว่างสำนักงาน คปภ. และหอการค้าจังหวัด เพื่อประสานความร่วมมือในการส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ด้านการประกันภัย ให้แก่ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม เพื่อใช้ระบบการประกันภัยในการบริหารความเสี่ยงให้แก่ธุรกิจของตนเอง และครอบครัวต่อไป</li> </ol>	<p>- เติงปริมาณ จำนวนผู้เข้ารับการอบรมและรับรู้เรื่องการประกันภัยข้าวนาปี และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพิ่มขึ้น</p> <p>- เติงคุณภาพ ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ ด้านการประกันภัยข้าวนาปี และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้นและจำนวนเรื่องร้องเรียนด้านการประกันภัยลดน้อยลง</p>	<p>-</p> <p>(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลการดำเนินงาน)</p>	<p>ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าวพบว่า</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีโครงการจำนวน 4 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประมวลผลในครั้งนี้</li> <li>2. ครมมีการกำหนดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายเดิมทั้งหมดของแต่ละโครงการภายใต้กลยุทธ์เพื่อใช้ สำหรับกำหนดเป็นเป้าหมายเพื่อการประเมินผลที่ชัดเจนในระดับภาพรวม</li> <li>3. มีเพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว</li> </ol>



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	<p>นอกจากนั้น ยังมีการเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ วิทยุชุมชน วิทยุกระจายเสียงจากกรมประชาสัมพันธ์และสื่อ Digital เช่น คลิปวิดีโอที่เผยแพร่ทางสื่อ Online (Youtube) Application Line, Line Ad และการจัดทำ Moblie Application ส่งเสริมความรู้ด้านการประกันภัย “กูรูประกันข้าว” ซึ่งเป็น Application ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ด้านการประกันภัยข้าวนาปี และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากสมาคมประกันวินาศภัยไทย ในการนำระบบตรวจสอบและติดตามการจ่ายสินไหมทดแทนมาใช้และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) นำความรู้ซึ่งแหล่งข้อมูลการเพาะปลูกทุกรูปแบบ มาบรรจุใน Application ดังกล่าว ซึ่งทำให้ “กูรูประกันข้าว” เป็น Application ที่นอกจากจะรอบรู้เรื่องการประกันภัยแล้ว ยังมีความรู้ในเรื่องอื่นๆที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรอีกด้วย</p>			
2. โครงการ คปก. เพื่อชุมชนประจำปี 2562 (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย)	<p>สำนักงาน คปก. ได้ดำเนินการโครงการ คปก. เพื่อชุมชนมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ซึ่งเป็นมาตรการเชิงรุกที่จะขับเคลื่อนองค์กร คปก. ไปสู่ประชาชนในทุกระดับทั่วประเทศ โดยการลงพื้นที่ชุมชนนี้คัดเลือก ปีละ 5 ชุมชน เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการประกันภัยที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน รวมถึงร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถอดบทเรียนจากประสบการณ์จริงของแต่ละชุมชน เพื่อให้ประชาชนในชุมชนเกิดความตระหนักรู้ และสามารถใช้บริการประกันภัยเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม พร้อมกับประชาสัมพันธ์บทบาทและภารกิจของสำนักงาน คปก. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร</p> <p>- การดำเนิน คปก. เพื่อชุมชนในปี 2562 ได้จัดงานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการฯ เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2562 ที่ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมมอญ ชุมชนบางกระดี่ แขวงสามตำบอง เขตบางเขน เทียน กรุงเทพฯ และลงพื้นที่จัดกิจกรรม</p>	<p>- เชิงปริมาณ จำนวนประชาชนที่รู้และเข้าใจในเรื่องการประกันภัยเพิ่มมากขึ้นทั้งโดยทางตรง (ผู้ที่เข้าร่วมงานในชุมชน)และทางอ้อม (ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ)</p> <p>- เชิงคุณภาพ ประชาชนสามารถนำความรู้ไปใช้ปกป้องสิทธิของตนเอง ครอบครัว และสังคมได้อย่างเหมาะสมและใช้ระบบการประกันภัยเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงและเป็นหลักประกันความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินให้กับตนเองและครอบครัวได้</p>	ร้อยละ 50	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	<p>คปภ.เพื่อชุมชนในชุมชนต่างๆที่ได้รับคัดเลือกในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ จำนวน 5 ชุมชน ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ครั้งที่ 1 ชุมชนลำไยมุดปึก บ้านร้องซุด อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2562 โดยนำเสนอ ประกันภัยพืชผลลำไยจากภัยแล้งโดยใช้ดัชนีฝนแล้ง</li><li>- ครั้งที่ 2 ชุมชนบ้านนาทับ - สะกอม จ.สงขลา เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2562 โดยนำเสนอการประกันภัยประมงพื้นบ้าน</li><li>- ครั้งที่ 3 ชุมชนตลาดน้ำบางคล้า อ.บางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2562 โดยนำเสนอการประกันภัย ผู้โดยสารเรือสำหรับเรือโดยสาร</li><li>- ครั้งที่ 4 ชุมชนบ้านโนนหอม อ.เมือง จ. สกลนคร เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2562 โดยนำเสนอการประกันภัยข้าวนาปี</li><li>- ครั้งที่ 5 ชุมชนบ้านผาบ่อง อ. เมือง จ.แม่ฮ่องสอน เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2562 โดยนำเสนอการประกันภัยรถ ภาคบังคับ</li></ul> <p>นอกจากนั้น มีการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ “คปภ. เพื่อชุมชน ปี 3” และออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่องอัมรินทร์ทีวี ทุกวันเสาร์ เวลา 14.00 - 14.30 น. ในเดือน พฤศจิกายน-ธันวาคม 2562 จำนวน 6 ครั้ง เพื่อเผยแพร่สาระ ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยสู่สาธารณชนอีกด้วย ซึ่งผลที่ ได้รับจากการดำเนินโครงการ คปภ.เพื่อชุมชน พบว่า ประชาชนในชุมชน รวมถึงส่วนราชการและหน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่รู้จักสำนักงาน คปภ. เพิ่มมากขึ้นตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจ ถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยแบบใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับ บริบทของชุมชน และพร้อมที่จะนำระบบประกันภัยไปใช้ บริหารความเสี่ยงของตนเอง ครอบครัว และชุมชนต่อไป</p>			





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
3. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่าย ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์  (สำนักงาน กสทช.)	<p>1. ดำเนินการส่งเสริมการนำเรื่องการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ไปใช้ในระดับอุดมศึกษา ร่วมกันสถาบันการศึกษา 13 แห่ง ครอบคลุม 4 ภูมิภาค โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อส่งเสริม บุคลากรทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ด้านนิเทศศาสตร์ หรือสื่อสารมวลชน และด้านครุศาสตร์หรือศึกษาศาสตร์ ให้มี ความรู้ ความเข้าใจ มีเทคนิคหรือวิธีการที่หลากหลาย และ สามารถนำเนื้อหาหรือตำรารู้เท่าทันสื่อไปใช้ในการจัดการ เรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมสถาบัน การศึกษาระดับอุดมศึกษา/ มหาวิทยาลัยทั้ง 13 แห่ง จัดให้มี การจัดการเรียนการสอนด้านรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการ ในด้านนิเทศศาสตร์หรือสื่อสารมวลชน และด้านคณะ ศึกษาศาสตร์ หรือครุศาสตร์ของสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาเดียวกันได้อย่างเหมาะสม</p> <p>2. ดำเนินการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อออกระบบการศึกษา 36 แห่ง โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และ การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์กับ สถาบันการศึกษาในประเทศ เพื่อเป็นการยกระดับการ ขับเคลื่อนงานด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเพิ่ม ความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และเกิดความต่อเนื่อง</p> <p>3. ร่วมกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาจัดประชุม เพื่อส่งเสริม การรู้จักสิทธิรู้จักสื่อวิทยุ-โทรทัศน์กับภาคีเครือข่าย สถาบันการศึกษาในพื้นที่</p> <p>- ร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคตะวันออก จัดการสัมมนาโครงการเครือข่ายแกนนำเด็ก และเยาวชนเพื่อเข้าถึง เข้าใจและรู้เท่าทันสื่อในการบริโภค สื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงจังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จ.จันทบุรี</p>	<p>- เชิงคุณภาพ 1.มีแผนงานโครงการ เพื่อพัฒนาและเพิ่มความสามารถ ของประชาชนทุกกลุ่ม และ ดำเนินการในมิติที่หลากหลาย รวมทั้งสอดคล้องกับบริบทของสื่อใน ปัจจุบัน</p> <p>2. มีการดำเนินการรวมกลุ่มและจัด กิจกรรมเพื่อให้มีหลักเกณฑ์/ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการคุ้มครอง ผู้บริโภค</p>	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การ ดำเนินงานมาใช้ในการร่วม ประเมินผลการดำเนินงาน)	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	<p>- ร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคใต้ จัดการสัมมนาเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อ รู้สิทธิ สานพลังเครือข่ายเยาวชนผู้บริโภคภาคใต้ ภายใต้โครงการ “ส่งเสริมเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ภาคกลางสู่การเป็น Active Consumer” จัดโดยภาคีเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการวิทยุและโทรทัศน์ภาคใต้ (Power Gen Team) วันที่ 22 สิงหาคม 2562 ณ โรงแรมไดอานาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา</p> <p>- ร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดกิจกรรมค่าย “เยาวชนสร้างสรรค์ รู้ทันสื่อ” ภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยกลุ่มภาคีสถានศึกษา องค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรสื่อมวลชนและประชาชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ณ อุทยานส่งเสริมการเรียนรู้ ชูดาปาร์ค อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ระหว่างวันที่ 18 - 19 กรกฎาคม 2562 *หมายเหตุ : อยู่ในกลยุทธ์ที่ 1 และ 2</p>			
4. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า (กรมการค้าภายใน)	<p>- เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้บริโภคและส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง โดย “อาสาธงฟ้า 1569” เครือข่ายภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกับภาครัฐในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมมีบทบาทในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้าให้เป็นธรรม รายงานและติดตามภาวะและพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการ ซึ่งกรมการค้าภายในกำหนดให้สมาชิกประเภทประจำ เป็นกลุ่มผู้จำหน่ายในกลุ่มต่างๆ จำนวน 5 กลุ่ม ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร</li> <li>2) กลุ่มของใช้ประจำวัน</li> <li>3) กลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง</li> <li>4) กลุ่มสินค้าเกษตร</li> <li>5) กลุ่มความเป็นธรรมทางการค้า แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย</li> </ol>	<p>- เติงปริมาณ- มีจำนวนสมาชิกเครือข่ายประเภทประจำ จำนวน 550 คน ประเภทอาสาสมัคร จำนวน 5,000 คน - เติงคุณภาพ เครือข่าย “อาสาธงฟ้า 1569” ประเภทสมาชิกประจำ รายงานภาวะราคาสินค้าภายใน กำหนด เวลา คิดเป็นร้อยละ 90 (จำนวน 495 คน)</p>	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการประเมินผลการดำเนินงาน)	



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	5.1) วัตถุประสงค์อาหารสด 5.2) ปัจจัยการผลิตด้านการเกษตร ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ มีเครือข่าย “อาสา ธงฟ้า 1569” รายงานภาวะราคาสินค้า ภายในกำหนดเวลา จำนวน 495 ราย และกรมฯ ได้จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้ เครือข่ายอาสาธงฟ้า 1569 เพื่อชี้แจงแนวทางการทำงานให้มี ประสิทธิภาพเกี่ยวกับงานของกรมการค้าภายใน การปิดป้าย แสดงราคาสินค้า เครื่องชั่งตวงวัด การคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก อุตรธานี และชลบุรี มีผู้เข้ารับการอบรม 315 คน			
5. โครงการพลังเครือข่ายเยาวชนพิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภค (กรมการค้าภายใน)	- จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้และการมีส่วนร่วมในการพิทักษ์ สิทธิประโยชน์ผู้บริโภคให้แก่เครือข่ายเยาวชนในสถานศึกษา เกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการ โดยจัดกิจกรรมในรูปแบบ ค่ายเยาวชน จำนวน 5 ครั้ง ในทุกภาคทั่วประเทศ มีเยาวชนเข้าร่วมโครงการรวมทั้งสิ้น 750 คน มีโรงเรียนเข้าร่วมโครงการ จำนวน 50 โรงเรียน	- เติงปริมาณ เยาวชนเข้าร่วม โครงการ จำนวน 750 คน - เติงคุณภาพ เครือข่ายเป้าหมายที่ มีความเข้มแข็ง ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 70	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงาน มาใช้ในการประเมินผลการ ดำเนินงาน)	
6. โครงการผู้นำเยาวชนตามรอยศาสตร์ พระราชา เพื่อการเป็นสังคมบริโภคอย่างยั่งยืนและ พอเพียง (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	เครือข่ายที่เพิ่มขึ้นจำนวน 11 เครือข่าย (11 มหาลัย)	- เติงปริมาณ จำนวนเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภค 151 เครือข่าย - เติงคุณภาพ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของ จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค: 7.85	ร้อยละ 7.85	
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			บรรลุ	



ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 6 โครงการ ในจำนวน 6 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 2 โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการ คปภ. เพื่อชุมชนประจำปี 2562 (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย)
2. โครงการผู้นำเยาวชนตามรอยศาสตร์พระราชาเพื่อการเป็นสังคมบริโภคอย่างยั่งยืนและพอเพียง (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

ขณะที่จากการติดตามประเมินผล พบว่า มีโครงการจำนวน 4 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการส่งเสริมการประกันภัยตามนโยบายภาครัฐเพื่อประชาชน โดยการจัดอบรม/กิจกรรมให้ความรู้การประกันภัยให้แก่ประชาชนกลุ่มต่างๆ อาทิ เช่น กลุ่มเกษตรกร/ผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องตามนโยบายภาครัฐ เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย)
2. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (สำนักงาน กสทช.)
3. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า (กรมการค้าภายใน)
4. โครงการพลังเครือข่ายเยาวชนพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค (กรมการค้าภายใน)

ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้ ในภาพรวม พบว่า ในแต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี และควรมีการกำหนดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายเดิมทั้งหมดของแต่ละโครงการภายใต้กลยุทธ์เพื่อใช้ สำหรับกำหนดเป็นเป้าหมายเพื่อการประเมินผลที่ชัดเจนในระดับภาพรวม ตลอดจนควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง





#### 1.4.2 กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด 2.1 : อัตราที่เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

หน่วยวัด : ร้อยละ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
2	4	6	8	10

สูตรการคำนวณ :

$$\frac{\text{จำนวนวิทยากรตัวคุณปีปัจจุบัน} - \text{ปีก่อน}}{\text{จำนวนวิทยากรตัวคุณปีก่อน}} \times 100$$

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : อัตราที่เพิ่มขึ้นของ วิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค	ร้อยละ 60 อัตราที่เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในปี 2562 ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วย ข้อมูลตามตารางดังนี้
---	--





ตารางที่ 6-18 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2 (2.1) (ในยุทธศาสตร์ที่ 4)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. โครงการรณรงค์สร้างความตระหนักให้แก่องค์กร ผู้บริโภคองค์กรสิ่งแวดล้อมและภาคธุรกิจ ในแนวทางการบริโภคอย่างยั่งยืน - กิจกรรมวิทยากรตัวคุณ  (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	ผู้ที่ผ่านการอบรมได้แก่ สมาชิกสมาคมเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภคและเครือข่ายกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมือง แห่งชาติ สามารถเป็นตัวแทนภาคประชาชนในการ ร่วมมือกับภาครัฐที่จะนำความรู้ด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคไปถ่ายทอดให้แก่ประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับรู้ถึง สิทธิของตนเองอย่างทั่วถึง	- เชิงปริมาณ มีวิทยากรตัวคุณ จำนวน 50 ราย - เชิงคุณภาพ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของ วิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค: 60	ร้อยละ 60	ผลการดำเนินงานของ โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 2 จาก หน่วยงานที่รายงานผล ดังกล่าว พบว่า มีสำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคเพียงหน่วยงาน เดียวที่มีการดำเนินงาน ภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			บรรลุ	

ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 2.1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 1 โครงการ  
ในจำนวน 1 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 1 โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่ โครงการรณรงค์สร้างความตระหนักให้แก่องค์กร  
ผู้บริโภคองค์กรสิ่งแวดล้อมและภาคธุรกิจในแนวทางการบริโภคอย่างยั่งยืน (กิจกรรมวิทยากรตัวคุณ) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

ซึ่งในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ ในภาพรวม พบว่า โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับตัวชี้วัด  
กลยุทธ์ แต่พบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการ  
ดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาเข้าร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็น  
ของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความครบถ้วนจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์  
ซึ่งมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



ตัวชี้วัด 2.2 : ร้อยละของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

หน่วยวัด : ร้อยละ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
60	65	70	75	80

สูตรการคำนวณ :

$$\frac{\text{จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา}}{\text{จำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคเดิม}} \times 100$$

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : ร้อยละของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	ร้อยละ 79.47 ของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในปี 2562 ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงานประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
---	--





ตารางที่ 6-19 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ (2.2) (ในยุทธศาสตร์ที่ 4)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่าย ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์  (สำนักงาน กสทช.)	1. ดำเนินการส่งเสริมการนำเรื่องการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ไปใช้ในระดับอุดมศึกษา ร่วมกันสถาบันการศึกษา 13 แห่ง ครอบคลุม 4 ภูมิภาค โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อ ส่งเสริมบุคลากรทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ด้าน นิเทศศาสตร์หรือสื่อสารมวลชน และด้านครุศาสตร์หรือ ศึกษาศาสตร์ ให้มีความรู้ ความเข้าใจ มีเทคนิคหรือวิธีการที่หลากหลาย และสามารถนำเนื้อหาหรือ ตำรารู้เท่าทันสื่อไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมี ประสิทธิภาพ และส่งเสริมสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา/ มหาวิทยาลัยทั้ง 13 แห่ง จัดให้มีการจัดการเรียนการสอนด้าน รู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการในด้านนิเทศศาสตร์หรือ สื่อสารมวลชน และด้านคณะศึกษาศาสตร์หรือครุศาสตร์ของ สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเดียวกันได้ อย่างเหมาะสม 2. ดำเนินการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อออกระบบการศึกษา 36 แห่ง โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ กับสถาบันการศึกษาในประเทศ เพื่อเป็นการยกระดับการ ขับเคลื่อนงานด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเพิ่ม ความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และเกิดความต่อเนื่อง 3. ร่วมกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาจัดประชุม เพื่อส่งเสริมการรู้จักสิทธิรู้จักสื่อวิทยุ-โทรทัศน์กับภาคี เครือข่ายสถาบันการศึกษาในพื้นที่ - ร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคตะวันออก จัดการสัมมนาโครงการเครือข่ายแกนนำเด็ก และเยาวชนเพื่อเข้าถึง เข้าใจและรู้เท่าทันสื่อในการบริโภค สื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงจังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จ. จันทบุรี	- เชิงคุณภาพ 1.มีแผนงานโครงการเพื่อพัฒนาและ เพิ่มความสามารถของประชาชนทุก กลุ่ม และดำเนินการในมิติที่ หลากหลาย รวมทั้งสอดคล้องกับบริบท ของสื่อในปัจจุบัน 2. มีการดำเนินการรวมกลุ่มและจัด กิจกรรมเพื่อให้มีหลักเกณฑ์/ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการคุ้มครอง ผู้บริโภค	-  (ไม่สามารถนำผลลัพธ์การ ดำเนินงานมาใช้ในการร่วม ประเมินผลการดำเนินงาน)	ผลการดำเนินงานของโครงการ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 2 ดังกล่าว พบว่า 1. มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่ มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้อง กับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่ สามารถนำมาใช้ร่วมในการ ประเมินผลในครั้งนี้ 2. จากหน่วยงานที่รายงานผล ดังกล่าว พบว่า มีสำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการ ดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว



ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
	<p>- ร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคใต้ จัดการสัมมนาเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ฐิติธานี สานพลังเครือข่ายเยาวชนผู้บริโภคภาคใต้ ภายใต้โครงการ “ส่งเสริมเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ภาคกลางสู่การเป็น Active Consumer” จัดโดยภาคีเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการวิทยุและโทรทัศน์ภาคใต้ (Power Gen Team) วันที่ 22 สิงหาคม 2562 ณ โรงแรมไดอานาใหญ่ จังหวัดสงขลา</p> <p>- ร่วมกับเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดกิจกรรมค่าย “เยาวชนสร้างสรรค์รู้ทันสื่อ” ภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยกลุ่มภาคีสถาบันศึกษาองค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรสื่อมวลชนและประชาชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ณ อุทยานส่งเสริมการเรียนรู้ ชูดาปาร์ค อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นระหว่างวันที่ 18 - 19 กรกฎาคม 2562</p> <p>*หมายเหตุ : อยู่ในกลยุทธ์ที่ 1 และ 2</p>			
2. กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 77 จังหวัด ประจำปี 2562 (สำนักงาน กสทช.)	<p>จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภารกิจของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. สิทธิขั้นพื้นฐานในการใช้บริการโทรคมนาคม งานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง และสามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวไปยังคนในพื้นที่และชุมชนของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 6 ครั้ง ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) จังหวัดอุดรธานี วันที่ 22 สิงหาคม 2562</li> <li>2) จังหวัดสุรินทร์ วันที่ 6 กันยายน 2562</li> <li>3) จังหวัดนครนายก วันที่ 18 ตุลาคม 2562</li> <li>4) จังหวัดระนอง วันที่ 32 ตุลาคม 2562</li> <li>5) จังหวัดพิจิตร วันที่ 13 พฤศจิกายน 2562</li> <li>6) จังหวัดลำพูน วันที่ 27 พฤศจิกายน 2562</li> </ol>	<p>- เชิงคุณภาพ เครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 77 จังหวัด มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถเผยแพร่ความรู้เรื่องการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและอุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ ในยุคดิจิทัลให้ถูกวิธีการสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับประชาชนให้มีความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ไปยังคนในพื้นที่และชุมชนของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	-	(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการประเมินผลการดำเนินงาน)
3. กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค รุ่น 7”)	<p>- เสริมสร้างองค์ความรู้ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แก่เครือข่ายองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ให้มีศักยภาพสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปช่วยเหลือสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>- เชิงปริมาณ ผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 39 คน</p> <p>- เชิงคุณภาพ ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับองค์กร</p>	ร้อยละ 85	





ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
(สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	- ดำเนินการระหว่าง วันที่ 17-18, 24-25, 31 มกราคม 2562 - 1, 7-8, 14-15, 22 กุมภาพันธ์ 2562 (จำนวน 11 วัน) ณ โรงแรม ทีเคพาเลซ กทม.	ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ร้อย ละ 85	(ไม่สามารถนำผลลัพธ์การ ดำเนินงานมาใช้ในการร่วม ประเมินผลการดำเนินงาน)	
4. โครงการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายอาสาสมัคร คุ้มครองผู้บริโภค (อสคบ. รุ่นที่ 1)  (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	ผู้ที่ผ่านการอบรมมีศักยภาพเพิ่มขึ้น มีความเข้มแข็ง เกิดการ รวมตัวกันเป็นเครือข่ายอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค (อส คบ.) และสามารถเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ต่อให้ประชาชนรู้จักปกป้องสิทธิของตนเองสามารถเลือกซื้อ เลือกใช้บริการที่ดี มีความปลอดภัยมีคุณภาพใน ราคาที่เป็นธรรม และสามารถดำเนินการเรียกร้องสิทธิ ผู้บริโภคของตนได้กรณีถูกผู้ประกอบการใจเอาเปรียบ หรือละเมิดสิทธิ	- เชิงปริมาณ -จำนวนเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมด 151 เครือข่ายและจำนวนเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา 120 เครือข่าย - เชิงคุณภาพ ร้อยละของจำนวน เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง: 79.47	ร้อยละ 79.47	
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			บรรลุ	

ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 2.2 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 4 โครงการ  
ในจำนวน 4 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 1 โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่ โครงการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายอาสาสมัคร  
คุ้มครองผู้บริโภค (อสคบ. รุ่นที่ 1) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

ขณะที่จากการติดตามประเมินผล พบว่า มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (สำนักงาน กสทช.)
2. กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 77 จังหวัด ประจำปี 2562 (สำนักงาน กสทช.)
3. กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครอง  
ผู้บริโภค รุ่น 7”) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้ ในภาพรวม พบว่า ในแต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงาน  
ที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควร  
ดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงาน  
ประจำปี ซึ่งมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพ  
เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง





### 1.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางที่ 6-20 ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน ปี 2562	หน่วยงานหลัก	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ
กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม - กิจกรรมร้าน มอก.	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	- เชิงปริมาณ บุคลากรร้านจำหน่ายมีความรู้เรื่องมาตรฐาน มอก. จำนวน 13 ราย 30 สาขา - เชิงคุณภาพ ผู้ประกอบการรู้จักและเข้าใจโครงการ ร้าน มอก. มากยิ่งขึ้น 68.63 % จากแบบสอบถาม จำนวน 63 ฉบับมีร้าน มอก. เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้นผู้บริโภคมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากการเลือกซื้อสินค้าที่ได้มาตรฐาน
	โครงการคลินิก สคบ.	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	- เชิงปริมาณ มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น จำนวน 656 คน บูรณาการร่วมกับหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่(1) สำนักงาน คปภ. (2) กองทุนประกันภัย (3) สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร (4) กองทุนประกันวินาศภัย (5) สำนักงาน กสทช. และ(6) สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร ลงพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภค - เชิงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค ร้อยละ 85
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างยั่งยืน	- ไม่มีการดำเนินการ	- ไม่มีการดำเนินการ	

ในยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ โดยไม่บรรลุเป้าหมายทั้ง 2 กลยุทธ์ (โดยมีตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ที่ไม่ได้ดำเนินการ จำนวน 1 กลยุทธ์) ผลจากการดำเนินการตามตารางข้างต้น สรุปประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ ส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ต่าง ๆ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้ กลยุทธ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี

2. ควรเพิ่มจำนวนโครงการที่สะท้อนตามกลยุทธ์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ รวมถึงมีการรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เพื่อความหลากหลายจากการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

เมื่อพิจารณาข้อมูลผลการดำเนินงานในยุทธศาสตร์ที่ 5 ประจำปี 2562 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้





### 1.5.1 กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : ระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน สื่อสารมวลชน วิชาการ เอกชน ในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับภาครัฐ

หน่วยวัด : ระดับ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
1	2	3	4	5

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : ระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน สื่อสารมวลชน วิชาการ เอกชน ในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับภาครัฐ	ระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน สื่อสารมวลชน วิชาการ เอกชน ในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับภาครัฐ ในปี 2562 ในระดับ 1 ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้
---	---





ตารางที่ 6-21 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 (ในยุทธศาสตร์ที่ 5)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม - กิจกรรมร้าน มอก.  (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)	- สัมมนาให้ความรู้และสร้างความตระหนักถึงความสำคัญในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้ มอก. แก่ผู้ประกอบการ เรื่อง “ร้าน มอก.” พัฒนาผู้ประกอบการร้านจำหน่ายอย่างยั่งยืน - เชิญชวนร้านจำหน่ายเข้าร่วมเป็นร้าน มอก.	- เชิงปริมาณ บุคลากรร้านจำหน่ายมีความรู้เรื่องมาตรฐาน มอก. จำนวน 13 ราย 30 สาขา - เชิงคุณภาพ ผู้ประกอบการรู้จักและเข้าใจโครงการ ร้าน มอก. มากยิ่งขึ้น 68.63 % จากแบบสอบถาม จำนวน 63 ฉบับ มีร้าน มอก. เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้นผู้บริโภคมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากการเลือกซื้อสินค้าที่ได้มาตรฐาน	ระดับ 1	การดำเนินโครงการต่าง ๆ ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 ทั้งหมด มีลักษณะการให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างความตระหนัก ซึ่งการมีส่วนร่วมเท่าที่ระดับ 1 ร่วมรับรู้ ร่วมคิดร่วมแสดงความคิดเห็น ตามเกณฑ์ประเมินของแผนฯ หากต้องการให้บรรลุค่าเป้าหมายของปี 2562 จะต้องดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในโครงการที่เป็นในลักษณะร่วมพิจารณา ร่วมตัดสินใจ ไปจนถึงการร่วมดำเนินการ
2. โครงการคลินิก สคบ.  (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	กิจกรรมคลินิก สคบ. - ดำเนินการจำนวน 4 ครั้ง ดังนี้ ครั้งที่ 1 วันที่ 14 เดือน มกราคม พ.ศ. 2563 โรงเรียนวัดอุดมรังสี เขตหนองแขม ครั้งที่ 2 วันที่ 23 เดือน มกราคม พ.ศ. 2563 ศาลาประชาคมหลวงพ่อบุ๊ทอง เขตบางแค ครั้งที่ 3 วันที่ 5 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 โรงเรียนมัธยมวัดธาตุทอง เขตวัฒนา ครั้งที่ 4 วันที่ 7 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 อาคารเอนกประสงค์ เคหะร่มเกล้า เขตลาดกระบัง - กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร - ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค ร้อยละ 85	- เชิงปริมาณ มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น จำนวน 656 คน บูรณาการร่วมกับหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ (1) สำนักงาน คปภ. (2) กองทุนประกันภัย (3) สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร (4) กองทุนประกันวินาศภัย (5) สำนักงาน กสทช. และ (6) สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร ลงพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภค - เชิงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค ร้อยละ 85	ระดับ 1	
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			ไม่บรรลุ	



ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีจำนวนโครงการทั้งสิ้น 2 โครงการ ในจำนวน 2 โครงการนี้ ประกอบด้วยโครงการ 2 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ได้แก่

1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาด้านมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (กิจกรรมร้าน มอก.) (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
2. โครงการคลินิก สคบ. (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

จากผลการดำเนินงานทุกโครงการไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ เนื่องจากรูปแบบของกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่างกัน จึงไม่สามารถคำนวณผลการดำเนินงานได้ในแต่ละโครงการเนื่องจากผู้ดำเนินโครงการขาดข้อมูล รวมถึงความรู้ ความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัด ส่งผลทำให้การรายงานผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามตัวชี้วัดที่กำหนด ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์อย่างเร่งด่วน รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี และควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง





### 1.5.2 กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญดังต่อไปนี้

ตัวชี้วัด : อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ

หน่วยวัด : ร้อยละ

ค่าเป้าหมาย :

ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
2	4	6	8	10

สูตรการคำนวณ :

$$\left( \frac{\text{จำนวนผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ปีปัจจุบัน} - \text{จำนวนผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ปีก่อน}}{\text{จำนวนผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ปีก่อน}} \right) \times 100$$

ผลการดำเนินงานปี 2562 :

ตัวชี้วัด : อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ	ร้อยละ - อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อมูลตามตารางดังนี้ (ไม่สามารถประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์นี้)
--	---





ตารางที่ 6-22 ผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2 (ในยุทธศาสตร์ที่ 5)

ข้อมูลการดำเนินงาน		ผลลัพธ์การดำเนินงาน	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ)	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
โครงการ	รายละเอียดการดำเนินงาน			
- ไม่มีการดำเนินการ				ไม่มีการดำเนินการในกลยุทธ์นี้ จึงไม่สามารถประเมินผล และ ส่งผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด กลยุทธ์ (รายโครงการ) ไม่บรรลุ
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์			ไม่บรรลุ	

ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5 กลยุทธ์ที่ 2 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า กลยุทธ์นี้ไม่มีการดำเนินการในกลยุทธ์นี้ จึงไม่สามารถประเมินผล จึงส่งผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ (รายโครงการ)

จากผลการดำเนินงานไม่พบการดำเนินงานตามกลยุทธ์ จึงไม่สามารถคำนวณผลการดำเนินงานได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว จึงควรดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นของการกำหนดผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์อย่างเร่งด่วน รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี และควรเร่งดำเนินการโครงการ/ กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจน เพื่อการดำเนินโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถตอบสนองต่อตัวชี้วัดภายใต้กลยุทธ์นี้ คือ การเพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ





2. สรุปการบรรลุผลตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564) ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ (13 ตัวชี้วัด) 15 กลยุทธ์ (16 ตัวชี้วัด)

ตารางที่ 6-23 สรุปการบรรลุผลตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564)

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี 2562	ผลการดำเนินงาน	บรรลุ/ ไม่บรรลุ	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค</b>					
1. พัฒนาระบบการป้องกันควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย	1. อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ	ร้อยละ 8	ร้อยละ 134.09	บรรลุ	- ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประมวลผลในครั้งนี้ - ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการขยายผลการตรวจสอบสินค้าและบริการประเภทอื่น ๆ
2. พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค	2. จำนวนมาตรฐาน/ มาตรการ/ ระบบ ที่ถูกกำหนดสำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตราย จากสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย	6 มาตรการ	11 มาตรการ	บรรลุ	- ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนมาตรฐาน/ มาตรการ/ ระบบ สำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตราย จากสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ ที่ไม่ปลอดภัย
3. พัฒนานโยบาย และปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	3. จำนวนกฎหมายที่ได้รับการทบทวน แก้ไข พัฒนา เพื่อประโยชน์ต่อประชาชน	8 ฉบับ	8 ฉบับ	บรรลุ	- ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 3 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว ดังนั้นควรพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากหน่วยงานอื่น เพื่อการสะท้อนผลที่ชัดเจนขึ้น - ควรดำเนินการกิจกรรม/ โครงการ ที่เกี่ยวข้องกับการทบทวน พัฒนา และปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ต่อประชาชน โดยให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการขยายผลการพัฒนาและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค





กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี 2562	ผลการดำเนินงาน	บรรลุ/ ไม่บรรลุ	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
4. พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภค อย่างยั่งยืน	4. จำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการ บริโภคอย่างยั่งยืน	8 กิจกรรม	9 กิจกรรม	บรรลุ	- ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการบริโภค อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในส่วนภูมิภาค/ ชุมชน
5. ส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	5. จำนวนกิจกรรมสร้างจิตสำนึก เพื่อสังคมให้แก่ผู้ประกอบการ	6 กิจกรรม	4 กิจกรรม	ไม่บรรลุ	- ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 5 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า 1. มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับ ตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประมวลผลในครั้งนี้ 2. โครงการที่ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วม ประเมินผลการดำเนินงานได้ เนื่องจากรูปแบบกิจกรรมการดำเนินงานและ ผลลัพธ์ที่รายงานตามตัวชี้วัดมีลักษณะไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของตัวชี้วัด 3. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญกับ ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยการ ส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ดังกล่าว - โดยควรดำเนินการโครงการ/ กิจกรรมสร้างจิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ ผู้ประกอบการ ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง - การดำเนินโครงการส่วนใหญ่เป็นการเน้นไปที่การสร้างความรู้ ความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ ดังนั้นควรมีการเน้น หรือสอดแทรกการสร้างจิตสำนึกให้เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาที่ชัดเจน - สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญกับ ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยการส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ ประโยชน์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ดังกล่าว



กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี 2562	ผลการดำเนินงาน	บรรลุ/ ไม่บรรลุ	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค</b>					
1. พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค	1. มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกระบบและมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน	ร้อยละ 80	ร้อยละ 95.91	บรรลุ	- ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า 1. มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประมวลผลในครั้งนี้ 2. สำหรับโครงการที่ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลได้ เนื่องจากรูปแบบกิจกรรมการดำเนินงานและผลลัพธ์ที่รายงานตามตัวชี้วัดมีลักษณะไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของตัวชี้วัด - ควรเน้นการพัฒนาระบบการรวบรวมและการเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนอย่างชัดเจน มิใช่เป็นการเชื่อมโยงเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลงานบริการของหน่วยงานตนเอง
2. พัฒนาฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค	2. จัดทำบทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย	1 เรื่อง	1 เรื่อง	บรรลุ	- ควรเพิ่มเติมรูปแบบ/ ประเภท บทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค</b>					
1. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค	1. อัตราการเพิ่มขึ้นของงานวิจัย/ องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ 6	ร้อยละ 51.40	บรรลุ	- ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า 1. มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประมวลผลในครั้งนี้ 2. สำหรับโครงการที่ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานมาใช้ในการร่วมประเมินผลได้ เนื่องจากรูปแบบกิจกรรมการดำเนินงานและผลลัพธ์ที่รายงานตามตัวชี้วัดมีลักษณะไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของตัวชี้วัด



กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี 2562	ผลการดำเนินงาน	บรรลุ/ ไม่บรรลุ	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
					3. โครงการที่นำมาใช้ในการประเมินผลตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์ดังกล่าว เป็นเพียงข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว - ควรเน้นการเพิ่มงานวิจัย/ องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มิใช่เป็นโครงการ/ กิจกรรม ที่เป็นการอบรมให้ความรู้ - ข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่สร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. การให้ความรู้ผ่านช่องทาง และวิธีการที่หลากหลาย	2. ร้อยละของประชาชน กลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ 90	ร้อยละ -	ไม่บรรลุ	- ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 2 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า 1. ทุกโครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่ชัดเจนหรือไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประเมินผลในครั้งนี้ 2. ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น - ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น - ควรสร้างความรู้ ความเข้าใจ ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวชี้วัดหรือผลลัพธ์ตามเป้าหมายของกลยุทธ์
3. การติดตามตรวจสอบและสนับสนุนการทำงานของสื่อ	3. ระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายต่อการเฝ้าระวังสื่อ ที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค	ระดับ 3	ระดับ 3	บรรลุ	- การดำเนินการโครงการภายใต้กลยุทธ์ที่ 3 โดยพบว่า





กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี 2562	ผลการดำเนินงาน	บรรลุ/ ไม่บรรลุ	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
					<p>1. กิจกรรมต่าง ๆ ภายในโครงการมีการเฝ้าระวัง ติดตาม แต่ยังคงขาดการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จึงมีระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่าย อยู่ระดับ 3 ร่วมดำเนินการ</p> <p>2. จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีเพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว</p> <p>- ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรมระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายต่อการเฝ้าระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคให้ความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงควรออกแบบรูปแบบของกิจกรรมที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น</p>
4. เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน	4. อัตราที่ลดลงของการบริโภคสินค้าและบริการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชน	ร้อยละ 6	ร้อยละ -	ไม่บรรลุ	<p>- ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 4 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า</p> <p>1. ทุกโครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่ชัดเจนหรือไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประเมินผลในครั้งนี้</p> <p>2. ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น</p>
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค</b>					
1. การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	1. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ 6	ร้อยละ 28.93	บรรลุ	<p>- ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 1 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า</p> <p>1. มีโครงการจำนวน 4 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประเมินผลในครั้งนี้</p> <p>2. ควรมีการกำหนดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายเดิมทั้งหมดของแต่ละโครงการภายใต้กลยุทธ์เพื่อใช้ สำหรับกำหนดเป็นเป้าหมายเพื่อการประเมินผลที่ชัดเจนในระดับภาพรวม</p> <p>- ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้ความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง</p>



กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี 2562	ผลการดำเนินงาน	บรรลุ/ ไม่บรรลุ	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
2. การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	2.1 อัตราที่เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ 6	ร้อยละ 60	บรรลุ  (กลยุทธ์ดังกล่าวประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด)	- ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 2 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว - ควรเพิ่มความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
	2.2 ร้อยละของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	ร้อยละ 70	ร้อยละ 79.47		- ผลการดำเนินงานของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 2 จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า 1. มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ร่วมในการประเมินผลในครั้งนี้ 2. จากหน่วยงานที่รายงานผลดังกล่าว พบว่า มีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว - ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค</b>					
1. การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	1. ระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน สื่อสารมวลชน วิชาการ เอกชน ในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับภาครัฐ	ระดับ 3	ระดับ 1	ไม่บรรลุ	- การดำเนินโครงการต่าง ๆ ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 ทั้งหมด มีลักษณะการให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างความตระหนัก ซึ่งการมีส่วนร่วมฯ เท่ากับระดับ 1 ร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมแสดงความคิดเห็น ตามเกณฑ์ประเมินของแผนฯ หากต้องการให้บรรลุค่าเป้าหมายของปี 2562 จะต้องดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในโครงการที่เป็นในลักษณะร่วมพิจารณา ร่วมตัดสินใจ ไปจนถึงการร่วมดำเนินการ - ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี 2562	ผลการดำเนินงาน	บรรลุ/ ไม่บรรลุ	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
2. การส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน	2. ร้อยละอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ	ร้อยละ 6	ร้อยละ -	ไม่บรรลุ	- ไม่มีการดำเนินการในกลยุทธ์นี้ จึงไม่สามารถประเมินผล และส่งผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ (รายโครงการ) - ควรเร่งดำเนินการโครงการ/ กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง - ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจน เพื่อการดำเนินโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถตอบสนองต่อตัวชี้วัดภายใต้กลยุทธ์นี้ คือ การเพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ
ผลรวม				บรรลุ 10 กลยุทธ์ คิดเป็นร้อยละ 66.67 ไม่บรรลุ 5 กลยุทธ์ คิดเป็นร้อยละ 33.33	

จากผลการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) ภายใต้โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) พบว่า สามารถดำเนินการได้บรรลุตามตัวชี้วัดในแต่ละกลยุทธ์ จำนวน 10 กลยุทธ์ คิดเป็นร้อยละ 66.67 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียดการดำเนินโครงการภายใต้กลยุทธ์ พบว่า ยังมีข้อสังเกตและประเด็นที่ควรพัฒนาในหลายประเด็น ดังนี้





ตารางที่ 6-24 สรุปผลการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564)

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์	จำนวน โครงการ/ กิจกรรมทั้งหมด	ผลการดำเนินงาน โครงการ/กิจกรรม ที่สามารถนำมา ประเมินผลได้	ผลการดำเนินงาน โครงการ/ กิจกรรม ที่ไม่สามารถนำมา ประเมินผลได้	ผลการ ดำเนินงาน	ข้อสังเกตภาพรวมในแต่ละยุทธศาสตร์
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบ และกลไกการ คุ้มครองผู้บริโภค	1. พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้า และบริการให้มีความ ปลอดภัย	1. อัตราการเพิ่มขึ้นของ สินค้าและบริการที่ได้รับ การตรวจสอบ	6 โครงการ	3 โครงการ	3 โครงการ	บรรลุ	ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 มีโครงการ ทั้งหมด 19 โครงการ ประกอบด้วย จำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถ นำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 13 โครงการ ขณะที่จำนวนโครงการ ที่ไม่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 6 โครงการ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงควรปรับปรุงการถ่ายทอด ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ ไปสู่หน่วยงาน ต่าง ๆ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อให้ สามารถนำมาใช้ในการประเมินผล
	2. พัฒนาระบบการเรียกคืน สินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความ เสียหายให้กับผู้บริโภค	2. จำนวนมาตรฐาน/ มาตรการ/ ระบบ ที่ถูกกำหนดสำหรับ ควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตราย จากสินค้าและบริการที่ไม่ ปลอดภัย	2 โครงการ	2 โครงการ	-	บรรลุ	
	3. พัฒนานโยบาย และ ปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	3. จำนวนกฎหมายที่ ได้รับการทบทวน แก้ไข พัฒนา เพื่อประโยชน์ต่อ ประชาชน	2 โครงการ	2 โครงการ	-	บรรลุ	
	4. พัฒนามาตรการ สนับสนุน และการบังคับ ใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริม การบริโภคอย่างยั่งยืน	4. จำนวนกิจกรรมการ ส่งเสริมการบริโภคอย่าง ยั่งยืน	4 โครงการ	4 โครงการ	-	บรรลุ	
	5. ส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	5. จำนวนกิจกรรมสร้าง จิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ ผู้ประกอบการ	5 โครงการ	2 โครงการ	3 โครงการ	ไม่บรรลุ	



ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์	จำนวน โครงการ/ กิจกรรมทั้งหมด	ผลการดำเนินงาน โครงการ/กิจกรรม ที่สามารถนำมา ประเมินผลได้	ผลการดำเนินงาน โครงการ/ กิจกรรม ที่ไม่สามารถนำมา ประเมินผลได้	ผลการ ดำเนินงาน	ข้อสังเกตภาพรวมในแต่ละยุทธศาสตร์
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบ ฐานข้อมูลในการ คุ้มครองผู้บริโภค	1. พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการ ร้องเรียน และสถานการณ์ ปัญหาของผู้บริโภค	1. มีการเชื่อมโยง ฐานข้อมูลการคุ้มครอง ผู้บริโภคกับทุกระบบและ มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน	12 โครงการ	9 โครงการ	3 โครงการ	บรรลุ	ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 มีโครงการ ทั้งหมด 13 โครงการ ประกอบด้วย จำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถ นำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 10 โครงการ ขณะที่มีจำนวนโครงการ ที่ไม่สามารถ นำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 3 โครงการ ดังนั้นจึงควรปรับปรุงการถ่ายทอด ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ ไปสู่หน่วยงาน ต่าง ๆ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อให้ สามารถนำมาใช้ในการประเมินผล
	2. พัฒนาระบบข้อมูลเรื่อง ร้องเรียนสู่การดำเนินงาน เพื่อป้องกันและแก้ไข ปัญหาของผู้บริโภค	2. จัดทำบทวิเคราะห์ สถานการณ์คุ้มครอง ผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการ ตัดสินใจของผู้กำหนด นโยบาย	1 โครงการ	1 โครงการ	-	บรรลุ	
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ ความรู้ และการ สื่อสารเพื่อการ คุ้มครองผู้บริโภค	1. เสริมสร้างองค์ความรู้ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ให้สอดคล้องกับ สถานการณ์การคุ้มครอง ผู้บริโภค	1. อัตราการเพิ่มขึ้นของ งานวิจัย/องค์ความรู้ เกี่ยวกับการคุ้มครอง ผู้บริโภค	4 โครงการ	1 โครงการ	3 โครงการ	บรรลุ	ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 มีโครงการ ทั้งหมด 22 โครงการ ประกอบด้วย จำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถ นำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 2 โครงการ ขณะที่มีจำนวนโครงการ ที่ไม่สามารถ นำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 20 โครงการ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงควร ปรับปรุงการถ่ายทอดตัวชี้วัดของแผน แม่บทฯ ไปสู่หน่วยงานต่าง ๆ ภายใต้ แผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อให้สามารถนำมาใช้ ในการประเมินผล รวมถึงทบทวนการ ขับเคลื่อนการดำเนินงานของหน่วยงาน ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ อย่างเร่งด่วน
	2. การให้ความรู้ผ่าน ช่องทางและวิธีการที่ หลากหลาย	2. ร้อยละของประชาชน กลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ การคุ้มครองผู้บริโภค	15 โครงการ	-	15 โครงการ	ไม่บรรลุ	
	3. การติดตามตรวจสอบ และสนับสนุนการทำงาน ของสื่อ	3. ระดับการมีส่วนร่วม ของเครือข่ายต่อการเฝ้า ระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิ ผู้บริโภค	1 โครงการ	1 โครงการ	-	บรรลุ	



ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์	จำนวน โครงการ/ กิจกรรมทั้งหมด	ผลการดำเนินงาน โครงการ/กิจกรรม ที่สามารถนำมา ประเมินผลได้	ผลการดำเนินงาน โครงการ/ กิจกรรม ที่ไม่สามารถนำมา ประเมินผลได้	ผลการ ดำเนินงาน	ข้อสังเกตภาพรวมในแต่ละยุทธศาสตร์
	4. เสริมสร้างความรู้แก่ ผู้บริโภคในการบริโภค อย่างยั่งยืน	4. อัตราที่ลดลงของการ บริโภคสินค้าและบริการ ที่มีผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมของประชาชน	2 โครงการ	-	2 โครงการ	ไม่บรรลุ	
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การ สร้างและการพัฒนา ศักยภาพเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภค	1. การสร้างเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภค	1. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของ จำนวนเครือข่ายคุ้มครอง ผู้บริโภค	6 โครงการ	2 โครงการ	4 โครงการ	บรรลุ	ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 มีโครงการ ทั้งหมด 11 โครงการ ประกอบด้วย จำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถ นำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 4 โครงการ ขณะที่มีจำนวนโครงการ ที่ไม่สามารถ นำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 7 โครงการ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงควร ปรับปรุงการถ่ายทอดตัวชี้วัดของแผน แม่บทฯ ไปสู่หน่วยงานต่าง ๆ ภายใต้ แผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อให้สามารถ นำมาใช้ในการประเมินผล
	2. การพัฒนาศักยภาพ เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	2.1 อัตราที่เพิ่มขึ้นของ วิทยากรตัวคุณด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค	1 โครงการ	1 โครงการ	-	บรรลุ	
		2.2 ร้อยละของจำนวน เครือข่ายคุ้มครอง ผู้บริโภคที่ได้รับการ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4 โครงการ	1 โครงการ	3 โครงการ		
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูร ณาการการคุ้มครอง ผู้บริโภค	1. การส่งเสริมและ สนับสนุนให้ทุกภาคส่วน เข้ามามีส่วนร่วมในการ คุ้มครองผู้บริโภค	1. ระดับการมีส่วนร่วม ของภาคประชาชน สื่อสารมวลชน วิชาการ เอกชน ในการดำเนินการ คุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ ภาครัฐ	2 โครงการ	2 โครงการ	-	ไม่บรรลุ	ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5 มีโครงการ ทั้งหมด 2 โครงการ ประกอบด้วย จำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถ นำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 2 โครงการ แต่ผลการดำเนินงานโครงการไม่บรรลุ เป้าหมาย ขณะที่ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ ที่ไม่มีการดำเนินการ จำนวน 1 ตัวชี้วัด



ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์	จำนวน โครงการ/ กิจกรรมทั้งหมด	ผลการดำเนินงาน โครงการ/กิจกรรม ที่สามารถนำมา ประเมินผลได้	ผลการดำเนินงาน โครงการ/ กิจกรรม ที่ไม่สามารถนำมา ประเมินผลได้	ผลการ ดำเนินงาน	ข้อสังเกตภาพรวมในแต่ละยุทธศาสตร์
	2. การส่งเสริมการพัฒนา เครือข่ายระหว่างกลุ่ม ผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างยั่งยืน	2. ร้อยละอัตราการ เพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคน รุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึก สาธารณะ	-	-	-	ไม่บรรลุ	ดังนั้นจึงควรปรับปรุงการถ่ายทอด ตัวชี้วัดของแผนแม่บทฯ ไปสู่หน่วยงาน ต่าง ๆ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อให้ สามารถนำมาใช้ในการประเมินผล และ เร่งดำเนินการโครงการภายใต้กลยุทธ์ที่ 2 ซึ่งยังไม่มีการดำเนินการ
5 ยุทธศาสตร์	15 กลยุทธ์	16 ตัวชี้วัด	67 โครงการ	31 โครงการ	36 โครงการ	บรรลุ 10 กลยุทธ์ ไม่บรรลุ 5 กลยุทธ์	

ผลจากการดำเนินการตามตารางข้างต้น พบประเด็นที่สำคัญในแต่ละยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค มีโครงการทั้งหมด 19 โครงการ ประกอบด้วย  
จำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 13 โครงการ  
จำนวนโครงการ ที่ไม่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 6 โครงการ  
ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ บรรลุเป้าหมายจำนวน 4 กลยุทธ์ และไม่บรรลุเป้าหมาย 1 กลยุทธ์

โดยมีข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

**กลยุทธ์ที่ 1** พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลาย  
จากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการขยายผลการตรวจสอบสินค้าและบริการประเภทอื่น ๆ

**กลยุทธ์ที่ 2** พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรมให้มีความหลากหลาย  
จากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนมาตรฐาน/ มาตรการ/ ระบบ สำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตราย จากสินค้าและบริการ  
ประเภทต่าง ๆ ที่ไม่ปลอดภัย





**กลยุทธ์ที่ 3** พัฒนานโยบาย และปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ควรดำเนินการกิจกรรม/ โครงการ ที่เกี่ยวข้องกับการ ทบทวน พัฒนาและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ต่อประชาชน โดยให้ความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการขยายผลการ พัฒนาและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

**กลยุทธ์ที่ 4** พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้ความหลากหลาย จากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในส่วนภูมิภาค/ ชุมชน

**กลยุทธ์ที่ 5** ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ควรดำเนินการโครงการ/ กิจกรรมสร้างจิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ผู้ประกอบการ ให้ความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยการดำเนินโครงการส่วนใหญ่เป็นการเน้นไปที่การสร้างความรู้ ความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ ดังนั้นควรมีการเน้นหรือสอดแทรกการสร้างจิตสำนึกให้เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาที่ชัดเจน

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค มีโครงการทั้งหมด 13 โครงการ ประกอบด้วย จำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 10 โครงการ จำนวนโครงการ ที่ไม่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 3 โครงการ ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ บรรลุเป้าหมายจำนวน 2 กลยุทธ์ โดยมีข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

**กลยุทธ์ที่ 1** พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค ควรเน้นการพัฒนาระบบการรวบรวม และการเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนอย่างชัดเจน มิใช่เป็นการเชื่อมโยงเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลงานบริการของหน่วยงานตนเอง

**กลยุทธ์ที่ 2** พัฒนาฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค ควรเพิ่มเติมรูปแบบ/ ประเภท บทวิเคราะห์สถานการณ์ คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย ที่เกี่ยวข้องกับการสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค มีโครงการทั้งหมด 22 โครงการ ประกอบด้วย จำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 2 โครงการ จำนวนโครงการ ที่ไม่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 20 โครงการ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ บรรลุเป้าหมายจำนวน 2 กลยุทธ์ และไม่บรรลุเป้าหมาย 2 กลยุทธ์





### โดยมีข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

**กลยุทธ์ที่ 1** เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค ควรเน้นการเพิ่มงานวิจัย/ องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มิใช่เป็นโครงการ/ กิจกรรม ที่เป็นการอบรมให้ความรู้ ซึ่งข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่สร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

**กลยุทธ์ที่ 2** การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น และควรสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวชี้วัดหรือผลลัพธ์ตามเป้าหมายของกลยุทธ์

**กลยุทธ์ที่ 3** การติดตามตรวจสอบและสนับสนุนการทำงานของสื่อ ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรมระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายต่อการเฝ้าระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงควรออกแบบรูปแบบของกิจกรรมที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น

**กลยุทธ์ที่ 4** เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค มีโครงการทั้งหมด 11 โครงการ ประกอบด้วย

จำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 4 โครงการ

จำนวนโครงการ ที่ไม่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 7 โครงการ

ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ บรรลุเป้าหมายจำนวน 2 กลยุทธ์

### โดยมีข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

**กลยุทธ์ที่ 1** การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

**กลยุทธ์ที่ 2** การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ควรเพิ่มความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง





**ยุทธศาสตร์ที่ 5** การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค มีโครงการทั้งหมด 2 โครงการ ประกอบด้วย

จำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด 2 โครงการ

จำนวนโครงการ ที่ไม่สามารถนำมาประเมินผลได้ ทั้งหมด - โครงการ

ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ โดยไม่บรรลุเป้าหมายทั้ง 2 กลยุทธ์ (โดยมีตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ที่ไม่ได้ดำเนินการเลย จำนวน 1 กลยุทธ์)

โดยมีข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

**กลยุทธ์ที่ 1** การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

**กลยุทธ์ที่ 2** การส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ควรเร่งดำเนินการโครงการ/ กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจน เพื่อการดำเนินโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถตอบสนองต่อตัวชี้วัดภายใต้กลยุทธ์นี้ คือ การเพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ





### ข้อเสนอแนะในภาพรวม

1. ควรเร่งดำเนินการโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 โดยทบทวนการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ทุกกลยุทธ์ นอกจากนี้จากการประเมินผลภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว พบว่า มีโครงการที่ไม่สามารถนำมาประเมินผลได้มากถึง 20 โครงการ และในยุทธศาสตร์ที่ 5 ต้องเร่งดำเนินการขับเคลื่อนโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ให้บรรลุ เนื่องจากผลการประเมินยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายทั้ง 2 กลยุทธ์ รวมถึงมีจำนวนโครงการที่เกี่ยวข้องและนำมาใช้ในการประเมินเพียง 2 โครงการ ซึ่งถือว่าอยู่ในจำนวนที่น้อย
2. ควรเร่งดำเนินการโครงการภายใต้กลยุทธ์ที่ไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย จำนวน 5 กลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 5 (ยุทธศาสตร์ที่ 1), กลยุทธ์ที่ 2 และ 4 (ยุทธศาสตร์ที่ 3), กลยุทธ์ที่ 1 และ 2 (ยุทธศาสตร์ที่ 5)
3. ควรสร้างความเข้าใจอย่างเร่งด่วนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 – 2564) ในเรื่องของการรายงานผลตามตัวชี้วัดรวมถึงการดำเนินโครงการ/ กิจกรรมต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ของแผนยุทธศาสตร์ฯ
4. ถึงแม้ผลการประเมินสามารถบรรลุเป้าหมายในภาพรวมของตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ อยู่ในระดับร้อยละ 66.67 แต่เมื่อพิจารณาจำนวนโครงการ/ กิจกรรมที่ใช้ในการประเมิน พบว่า ไม่สามารถนำโครงการ/ กิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ที่รายงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการร่วมประเมินผลมาใช้ได้ทั้งหมด และโครงการ/กิจกรรม ดังกล่าวที่ไม่สามารถนำมาใช้ในประเมินผลมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงควรทบทวนความสอดคล้องของโครงการ/ กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ อย่างเร่งด่วน
5. ควรประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้แผนยุทธศาสตร์ให้เป็นไปอย่างครอบคลุม เนื่องจากผลการประเมินพบว่า มีจำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีการรายงานผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ อยู่ในจำนวนไม่มากเท่าที่ควร





### 3. การรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)

จากการศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) แล้ว ได้จัดรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับการวิพากษ์ผลการประเมินฯ โดยดำเนินการ 2 ครั้ง ประกอบด้วย

- ครั้งที่ 1 วันอังคารที่ 27 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ณ ห้องเยอปีรา 1 ชั้น 3 อาคาร Lobby โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพมหานคร โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 30 คน
- ครั้งที่ 2 วันศุกร์ที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ณ ห้องประชุม 10th Space โรงแรมนาดี 10 รีสอร์ท แอนด์โฮเทล จังหวัดขอนแก่น โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 25 คน

#### 3.1 การรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน

การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน โดยสามารถบรรลุเป้าหมายตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ อยู่ในระดับร้อยละ 66.67 รายละเอียดผลการประเมินโดยสรุปดังนี้

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	ผลการดำเนินงาน	ภาพรวม
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	1. พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย	บรรลุ	บรรลุเป้าหมายคิดเป็นร้อยละ 66.67
	2. พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความเสียหาย ให้กับผู้บริโภค	บรรลุ	
	3. พัฒนาและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	บรรลุ	
	4. พัฒนามาตรการสนับสนุนและการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	บรรลุ	
	5. ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	ไม่บรรลุ	
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค	1. พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนและสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค	บรรลุ	บรรลุ
	2. พัฒนาระบบข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค	บรรลุ	
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	1. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค	บรรลุ	บรรลุ
	2. การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย	ไม่บรรลุ	
	3. การติดตามตรวจสอบและสนับสนุนการทำงานของสื่อ	บรรลุ	
	4. เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน	ไม่บรรลุ	
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	1. สร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	บรรลุ	บรรลุ
	2. การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	บรรลุ	
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค	1. การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	ไม่บรรลุ	ไม่บรรลุ
	2. ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน	ไม่บรรลุ	



จากการพิจารณาโครงการ/ กิจกรรมที่ใช้ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ข้างต้น พบว่า ข้อมูลการรายงานผลจากหน่วยงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ยังมีโครงการ/กิจกรรมจำนวนมากที่ไม่สามารถนำผลผลิตมาใช้ในประเมินผลได้ ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในฐานะหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนแผนฉบับนี้ควรมีการประสานความร่วมมือ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการรายงานผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น รวมถึงเร่งดำเนินการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้ จากการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับการวิพากษ์ผลการประเมินฯ มีรายละเอียดโดยสรุป ดังนี้

**ครั้งที่ 1 วันอังคารที่ 27 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ณ โรงแรมทีเคพาเลซ แอนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพฯ โดยมีผู้เข้าร่วมฯ จำนวน 30 คน**

โดยมีการชี้แจงการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน ในภาพรวม และมีการตั้งประเด็นในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ โดยสรุปดังนี้

**ประเด็นที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน และข้อเสนอแนะแนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ ในระยะเวลาที่เหลืออยู่ พ.ศ. 2564 - 2565**

- ประเด็นการพัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย คำนึงยังไม่ครอบคลุมทุกภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยยังมีประเด็นเรื่องความเป็นธรรม การโฆษณา การทำสัญญา ทำให้หลายหน่วยงานที่มีภารกิจในการกิจอื่นนอกเหนือจากเรื่องความปลอดภัยไม่สามารถนำผลการดำเนินงานมาตอบตัวชี้วัดได้ ดังนั้น ควรเพิ่มค่านิยมให้ครอบคลุมภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานอื่นด้วย

- ตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ บางตัวชี้วัดเป็นปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมต่อการติดตามประเมินผล เช่น หน่วยวัดในการจัดเก็บผลผลิตเพื่อตอบตัวชี้วัดแตกต่างกันตามภารกิจของหน่วยงาน ตัวชี้วัดเป็นเชิงปริมาณมากกว่าเชิงคุณภาพ และไม่มีผลทำหาย ยังไม่สอดคล้องยุทธศาสตร์ชาติเท่าที่ควร เป็นต้น ดังนั้น ควรมีการทบทวนปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ฯ โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดในเชิงคุณภาพ และมีความยืดหยุ่นให้มากขึ้น

- การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ยังไม่มีความชัดเจน รวมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ภายใต้ตัวชี้วัดไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งควรมีการเพิ่มความถี่ในการติดตามผลให้มากขึ้น รวมถึงการสร้าง ความเข้าใจในการเก็บผลผลิตเพื่อรายงานผลตัวชี้วัดให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

- จากผลการประเมินดังกล่าวอาจมีการเก็บข้อมูลผลการดำเนินการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่ครบถ้วน ทั้งนี้ หากมีการประเมินผลเมื่อสิ้นสุดแผนควรมีการเก็บข้อมูลเชิงลึก และเชิงคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- แนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ ต่อไป อาจต้องมีการนำเสนอให้จัดทำงบประมาณในลักษณะบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ โดยมี สคบ. เป็นหน่วยงานหลักทำหน้าที่ในการกำหนดและติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามกรอบตัวชี้วัด



**ประเด็นที่ 2** ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมารวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์รวมถึงการจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฉบับต่อไป

- ปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่เกิดจากการซื้อขายออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสภาพปัญหาทำให้กระบวนการแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น
- กรณีเกิดปัญหาจากการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ อาจมีแนวทางแก้ไขโดยให้ผู้รับเงินและเว็บไซต์ที่เสนอขายสินค้าประสานกับประเทศปลายทาง เพื่อขอความร่วมมือในการดูแลกำกับ การซื้อขายและแก้ไขปัญหาจากการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ
- ควรมีการกำหนดประเด็นการแก้ไขซื้อขายออนไลน์ให้เป็นแนวทางหรือตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ รวมถึงมีการรวบรวมสถิติการซื้อขายออนไลน์ ปัญหาที่เกิดขึ้น และการแก้ไขปัญหา เพื่อเป็นข้อมูลกับผู้เกี่ยวข้อง และการจัดทำวิเคราะห์การทำธุรกรรมกับต่างประเทศ เพื่อนำไปกำหนดการแก้ไขปัญหาต่อไป
- ส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์เข้ามาอยู่ในระบบโดยจดทะเบียนเป็น e-commerce หรือการตลาดแบบตรง
- ควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับกระบวนการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การพัฒนาการบริการของภาครัฐผ่าน Application แบบ one stop service การเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น ทั้งนี้ก่อนดำเนินการจัดทำร่างแผนควรมีการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ การประกอบธุรกิจประเภทใหม่ ประเด็นเรื่อง bitcoin รวมถึงพระราชบัญญัติข้อมูลส่วนบุคคล พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเกี่ยวข้องในระยะยาวกับร่างแผนระยะที่ 2
- ควรมีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารกับผู้บริโภคให้มีความทันสมัย ถูกต้อง รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้
- การผลักดันและส่งเสริมเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาสังคมให้มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- การดำเนินโครงการ/กิจกรรมภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ควรมีการดำเนินการแบบบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกันทั้งภาครัฐ ประชาสังคม ผู้ผลิต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลักษณะเป็นโครงการ/กิจกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งอาจมี สคบ. หรือหน่วยงานอื่นที่มีภารกิจเฉพาะเรื่องนั้นๆ เป็นผู้รับผิดชอบหลัก รวมถึงการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับต่างประเทศโดยอาจเริ่มในระดับภูมิภาคอาเซียน
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นก่อนการยกร่างแผนฉบับต่อไปควรมีการวางแผนกลยุทธ์ให้ครอบคลุมงานคุ้มครองผู้บริโภคได้ทั้งหมด รวมถึงการวิเคราะห์ความสอดคล้องต่อการบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ



ครั้งที่ 2 วันศุกร์ที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ณ ห้องประชุม 10th Space โรงแรมนาดี 10 รีสอร์ทแอนด์โฮเทล จังหวัดขอนแก่น โดยมีผู้เข้าร่วมฯ จำนวน 25 คน

โดยมีการชี้แจงการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน ในภาพรวม และมีการตั้งประเด็นในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ โดยสรุปดังนี้

**ประเด็นที่ 1** ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน และข้อเสนอแนะแนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ ในระยะเวลาที่เหลืออยู่ พ.ศ. 2564 - 2565

- การประเมินผลรวมถึงแนวทางสำคัญในการติดตามประเมินผลเพื่อทราบถึงผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์ฯ พบว่า ควรมีการบูรณาการความร่วมมือกันตั้งแต่เริ่มต้น โดยทำการตกลงร่วมกันเกี่ยวกับตัวชี้วัดการประเมินผลโครงการให้มีการใช้ตัวชี้วัดร่วมกัน ตลอดจนมีการทบทวนการตั้งค่าเป้าหมายของตัวชี้วัด ให้มีความเหมาะสมและสามารถวัดผลร่วมกันได้ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลและการเชื่อมโยงข้อมูลหน่วยงาน เพื่อการผลักดันให้เกิดการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ให้มากยิ่งขึ้น จึงควรให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดดังกล่าว และควรมีเวทีแลกเปลี่ยนการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มากขึ้น รวมถึงควรทบทวนโครงการบูรณาการต่าง ๆ ครอบคลุมทุกหน่วยงาน และเข้าถึงประชาชนอย่างแท้จริง

**ประเด็นที่ 2** ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมารวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์รวมถึงการจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฉบับต่อไป

- แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคควรมีลักษณะที่เหมาะสมกับสถานการณ์และทันสมัย โดยควรมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ชัดเจน ซึ่งอาจดำเนินการในรูปแบบของโครงการ/กิจกรรมร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาดังกล่าว ทั้งการโฆษณาเกินจริงและให้ข้อมูลเท็จแก่ลูกค้า หรือการพัฒนามาตรการ/แนวทาง/กฎหมายที่มีอำนาจกำกับดูแลบริษัทซื้อขายออนไลน์ในการกำหนดมาตรฐาน และคุณภาพการคัดกรองก่อนนำขึ้นเว็บไซต์ และการกำกับดูแลการจัดการธุรกรรมทางการเงินเพื่อชะลอการโอนเงินในกรณีที่เกิดปัญหา

- ควรมีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับการสร้างองค์ความรู้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในสถาบันการศึกษาให้ครอบคลุมทุกระดับ รวมถึงการพัฒนาเนื้อหาให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันนำมาใช้ในชีวิตได้จริง

- ควรมีเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และแจ้งเตือนภัยข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้เท่าทันสถานการณ์ รวมถึงพัฒนาการสื่อสารให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งอาจมีการจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ เพื่อบริหารจัดการอย่างจริงจัง

- ควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคให้มากขึ้น

- การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคประสบปัญหาในเรื่องของเจ้าหน้าที่จ้างเหมาบริการ (สคบ.) ที่มีการสับเปลี่ยนบ่อยครั้งทำให้การดำเนินงานไม่มีความต่อเนื่องซึ่งควรมีการเพิ่มอัตรากำลังเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค

- การดำเนินงานของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนท้องถิ่น ด้านการเปรียบเทียบปรับยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากสภาพทางการเมืองในท้องถิ่น



- การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับเครือข่ายภาคประชาสังคมยังไม่เป็นรูปธรรมที่มีผลกระทบเป็นวงกว้างเท่าที่ควร เห็นควรให้มีการพัฒนา ส่งเสริม รวมถึงสนับสนุนศักยภาพการดำเนินงานของเครือข่ายฯ โดยให้มีโครงการที่รับผิดชอบโดยภาคประชาชนในการบริหารจัดการตามความเหมาะสมเพื่อความคล่องตัวและประสิทธิภาพต่อการทำงานของภาคประชาชนเอง

### 3.2 สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับวิพากษ์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน

จากการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมกับการวิพากษ์ผลการประเมินฯ ที่ดำเนินการจำนวน 2 ครั้ง สามารถสรุปความคิดเห็นที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

#### ประเด็นที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน และข้อเสนอแนะแนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ ในระยะเวลาที่เหลืออยู่ พ. ศ. 2564 - 2565

- ประเด็นการพัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย คำนึงยังไม่สะท้อนถึงทุกภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยยังมีประเด็นเรื่องความเป็นธรรม การโฆษณา การทำสัญญา ทำให้หลายหน่วยงานที่มีการดำเนินงานในภารกิจอื่นนอกเหนือจากเรื่องความปลอดภัยไม่สามารถนำผลการดำเนินงานมาตอบตัวชี้วัดได้ รวมทั้งการผลักดันให้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ให้มากยิ่งขึ้น และควรทบทวนโครงการบูรณาการต่าง ๆ ครอบคลุมทุกหน่วยงาน และเข้าถึงประชาชนอย่างแท้จริง

- ตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ บางตัวชี้วัดเป็นปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมต่อการติดตามประเมินผล ควรมีการบูรณาการความร่วมมือกันตั้งแต่เริ่มต้น โดยทำการตกลงและสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับรายละเอียดตัวชี้วัด วิธีการประเมินผลการรายงานผล ตลอดจนมีการตั้งเป้าหมายของตัวชี้วัดให้สามารถประเมินผลร่วมกันได้ และควรเป็นตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ มีความท้าทาย มีความสอดคล้องยุทธศาสตร์ชาติ

- การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ยังไม่มีความชัดเจน รวมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ภายใต้แต่ละตัวชี้วัดไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอาจต้องมีการเพิ่มความถี่ในการติดตามผลให้มากขึ้น รวมถึงการสร้าง ความเข้าใจในการเก็บผลผลิตเพื่อรายงานผลตัวชี้วัดกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ หากการประเมินผลเมื่อสิ้นสุดแผนควรมีการเก็บข้อมูลเชิงลึก และเชิงคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ผลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

- แนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ ต่อไป ควรมีการจัดทำงบประมาณในลักษณะบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ โดยมี สคบ. เป็นหน่วยงานหลักทำหน้าที่ในการกำหนดและติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามกรอบตัวชี้วัด

#### ประเด็นที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมารวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์รวมถึงการจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฉบับต่อไป

- แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาให้เท่าทันสถานการณ์ ทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ซึ่งประเด็นแรกที่สำคัญคือ การแก้ไขปัญหาการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ควรมีการกำหนดเป็นแนวทางหรือตัวชี้วัดไว้ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ รวมถึงมีการศึกษาข้อมูลรวบรวมสถิติการซื้อขายออนไลน์ ปัญหาที่เกิดขึ้น และการแก้ไขปัญหา การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำไปกำหนดเป็นแนวทางแก้ไขปัญหา ได้แก่ (1) การพัฒนามาตรการ/แนวทาง/กฎหมาย ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ เช่น การกำหนด





จรรยาบรรณ มาตรฐาน คุณภาพ และการคัดกรองสินค้าก่อนนำเสนอขายบนแพลตฟอร์ม เป็นต้น (2) การกำกับดูแลการจัดการธุรกรรมทางการเงิน เพื่อชะลอการโอนเงินในกรณีที่เกิดปัญหา (3) การจัดทำความร่วมมือระหว่างประเทศในการกำกับดูแลการซื้อขายสินค้าหรือบริการ รวมถึงการเยียวยาเมื่อผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิผู้บริโภค (4) ดำเนินการในรูปแบบของโครงการ/ กิจกรรมร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับปัญหา ดังกล่าว ทั้งการโฆษณาเกินจริง และให้ข้อมูลเท็จแก่ลูกค้า เป็นต้น

- ควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับกระบวนการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การพัฒนาการบริการของภาครัฐผ่าน Application แบบ one stop service การเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น ทั้งนี้ก่อนดำเนินการจัดทำร่างแผนควรมีการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ การประกอบธุรกิจประเภทใหม่ ประเด็นเรื่อง bitcoin รวมถึงพระราชบัญญัติข้อมูลส่วนบุคคล พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเกี่ยวข้องในระยะยาวกับร่างแผนระยะที่ 2

- ควรมีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และแจ้งเตือนภัยข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้เท่าทันสถานการณ์ รวมถึงพัฒนาองค์ความรู้และรูปแบบการสื่อสารกับผู้บริโภคให้มีความทันสมัย ถูกต้อง รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยการจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะในการบริหารจัดการ เพื่อให้สามารถดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และควรมีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคในสถาบันการศึกษาให้ครอบคลุมทุกระดับ รวมถึงการพัฒนาเนื้อหาให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันนำมาใช้ในชีวิตได้จริง

- การผลักดันและส่งเสริมเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาสังคมให้มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยให้มีโครงการที่รับผิดชอบโดยภาคประชาสังคมในการบริหารจัดการตามความเหมาะสมเพื่อความคล่องตัวและประสิทธิภาพต่อการทำงานของภาคประชาสังคม

- การดำเนินโครงการ/กิจกรรมภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ ควรมีการดำเนินการแบบบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกันทั้งภาครัฐ ประชาสังคม ภาคเอกชน ลักษณะเป็นโครงการขนาดใหญ่ ซึ่งอาจมี สคบ. หรือหน่วยงานอื่นที่มีภารกิจเฉพาะเรื่องนั้นๆ เป็นผู้รับผิดชอบหลัก รวมถึงการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับต่างประเทศ โดยเริ่มในระดับภูมิภาคอาเซียน

- การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ควรมีการศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหาและจัดทำแผนการพัฒนาการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้มีความชัดเจน เพื่อให้สามารถนำไปสู่การปฏิบัติและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- หน่วยงานที่มีภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีหลายหน่วยงาน ดังนั้นการยกร่างแผนฉบับต่อไป ควรมีการวางแผนกลยุทธ์ให้ครอบคลุมงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคได้ทั้งหมด รวมถึงการวิเคราะห์ความสอดคล้องต่อการบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ



#### 4. การนำเสนอการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562)

ภายหลังจากการศึกษารายงานการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) แล้ว ได้มีการนำเสนอการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) ต่อคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ในวันพุธที่ 11 พฤศจิกายน 2563 ณ ห้องประชุม 1 ชั้น 5 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา อาคารรัฐประศาสนภักดี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สรุปภาพรวมผลการศึกษารายงานการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560 - 2562)

#### ตารางที่ 6-25 ภาพรวมผลการศึกษารายงานการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560 - 2562)

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	ผลการดำเนินการ	ภาพรวม
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	1. พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย	บรรลุ	บรรลุ เป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 66.67
	2. พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค	บรรลุ	
	3. พัฒนาและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	บรรลุ	
	4. พัฒนามาตรการสนับสนุนและการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	บรรลุ	
	5. ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	ไม่บรรลุ	
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค	1. พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนและสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค	บรรลุ	
	2. พัฒนาระบบข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค	บรรลุ	
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	1. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค	บรรลุ	
	2. การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย	ไม่บรรลุ	
	3. การติดตามตรวจสอบและสนับสนุนการทำงานของสื่อ	บรรลุ	
	4. เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน	ไม่บรรลุ	
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	1. สร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	บรรลุ	
	2. การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	บรรลุ	
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค	1. การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	ไม่บรรลุ	
	2. ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน	ไม่บรรลุ	



ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ จากผลการศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครอง  
ผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560-2562)

ตารางที่ 6-26 ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ จากผลการศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครอง  
ผู้บริโภคแห่งชาติ (พ.ศ.2560-2562)

กลยุทธ์	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค</b>	
1. พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแล สินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย	- มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ ที่สะท้อนเป้าหมาย/ ผลลัพธ์ของกลยุทธ์ - ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการขยายผลการตรวจสอบสินค้าและบริการประเภทอื่น ๆ
2. พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยาความเสียหาย ให้กับผู้บริโภค	- ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนมาตรฐาน/ มาตรการ/ ระบบ สำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตราย จากสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ ที่ไม่ปลอดภัย
3. พัฒนาและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และ กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	- มีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้ กลยุทธ์ดังกล่าว ดังนั้นควรพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากหน่วยงานอื่น เพื่อการสะท้อนผลที่ชัดเจนขึ้น - ควรดำเนินการกิจกรรม/ โครงการ ที่เกี่ยวข้องกับการทบทวน พัฒนาและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ต่อประชาชน โดยให้ความ หลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการขยายผลการ พัฒนาและ ปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
4. พัฒนามาตรการสนับสนุนและการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน	- ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในส่วนภูมิภาค/ ชุมชน
5. ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	- มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ โดยควรดำเนินการโครงการ/ กิจกรรมสร้างจิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ผู้ประกอบการ ให้มีความ หลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง - การดำเนินโครงการส่วนใหญ่เป็นการเน้นไปที่การสร้างความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับ การประกอบการ ดังนั้นควรมีการเน้นหรือสอดแทรกการสร้างจิตสำนึกให้เป็นส่วนหนึ่งของ เนื้อหาที่ชัดเจน - สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญกับส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยการส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนา เพื่อการนำผล การศึกษาไปใช้ประโยชน์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ดังกล่าว
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค</b>	
1. พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการ ร้องเรียนและสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค	- มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ - ควรเน้นการพัฒนากระบวนการรวบรวมและการเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนอย่างชัดเจน มิใช่เป็นการเชื่อมโยงเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลงานบริการของหน่วยงานตนเอง
2. พัฒนาฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงาน เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค	- ควรเพิ่มเติมรูปแบบ/ ประเภท บทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของกำหนดนโยบาย ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค</b>	
1. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค	- มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ - ควรเน้นการเพิ่มงานวิจัย/ องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มิใช่เป็นโครงการ/ กิจกรรม ที่เป็นกรอบมาให้ความรู้ - ข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงาน ภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่สร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่ หลากหลาย	- ทุกโครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่ชัดเจนหรือไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ - ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำ โครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้มิใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำ โครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น



กลยุทธ์	ข้อสังเกต/ ข้อเสนอแนะ
	- ควรสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวชี้วัดหรือผลลัพธ์ตามเป้าหมายของกลยุทธ์
3. การติดตามตรวจสอบและสนับสนุนการทำงานของสื่อ	- กิจกรรมต่าง ๆ ภายในโครงการมีการเฝ้าระวัง ติดตาม แต่ยังคงขาดการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จึงมีระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายอยู่ระดับ 3 ร่วมดำเนินการ - ข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรมระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่ายต่อการเฝ้าระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงควรออกแบบรูปแบบของกิจกรรมที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น
4. เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน	- ทุกโครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่ชัดเจนหรือไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ - ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค</b>	
1. สร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	- มีโครงการจำนวน 4 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ - ควรมีการกำหนดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายเดิมทั้งหมดของแต่ละโครงการภายใต้กลยุทธ์ เพื่อใช้ สำหรับกำหนดเป็นเป้าหมายเพื่อการประเมินผลที่ชัดเจนในระดับภาพรวม - ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	- มีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง - มีโครงการจำนวน 3 โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์ - มีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพียงหน่วยงานเดียวที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค</b>	
1. การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	- การดำเนินโครงการต่าง ๆ ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 ทั้งหมด มีลักษณะการให้ความรู้ ให้ความเข้าใจ และสร้างความตระหนัก ซึ่งการมีส่วนร่วมฯ เท่ากับระดับ 1 ร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมแสดงความคิดเห็นตามเกณฑ์ประเมินของแผนฯ หากต้องการให้บรรลุค่าเป้าหมายของปี 2562 จะต้องดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในโครงการที่เป็นในลักษณะร่วมพิจารณา ร่วมตัดสินใจ ไปจนถึงการร่วมดำเนินการ - ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน	- ไม่มีการดำเนินการในกลยุทธ์นี้ - ควรเร่งดำเนินการโครงการ/ กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง - ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจน เพื่อการดำเนินโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถตอบสนองต่อตัวชี้วัดภายใต้กลยุทธ์นี้ คือ การเพิ่มขึ้นของผู้นำกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ



### ข้อเสนอแนะในภาพรวม

1. ควรเร่งดำเนินการโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 โดยทบทวนการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ทุกกลยุทธ์
2. ควรเร่งดำเนินการโครงการภายใต้กลยุทธ์ที่ไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย จำนวน 5 กลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ที่ 5 (ยุทธศาสตร์ที่ 1), กลยุทธ์ที่ 2 และ 4 (ยุทธศาสตร์ที่ 3), กลยุทธ์ที่ 1 และ 2 (ยุทธศาสตร์ที่ 5)
3. ควรสร้างความเข้าใจอย่างเร่งด่วนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ในเรื่องของการรายงานผลตามตัวชี้วัดรวมถึงการดำเนินโครงการ/ กิจกรรมต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ของแผนยุทธศาสตร์ฯ
4. การประเมินสามารถบรรลุเป้าหมายในภาพรวมของตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ อยู่ในระดับร้อยละ 66.67 แต่เมื่อพิจารณาจำนวนโครงการ/ กิจกรรม ที่ใช้ในการประเมิน พบว่า ไม่สามารถนำโครงการ/ กิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ที่รายงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการร่วมประเมินผลมาใช้ได้ทั้งหมด และโครงการ/กิจกรรม ดังกล่าวที่ไม่สามารถนำมาใช้ในประเมินผลมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงควรทบทวนความสอดคล้องของโครงการ/ กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ อย่างเร่งด่วน
5. ควรประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้แผนยุทธศาสตร์ให้เป็นไปอย่างครอบคลุม

โดยการพิจารณาของที่ประชุม โดยมีข้อสังเกตและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมรายยุทธศาสตร์ ดังนี้

#### ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

- ไม่มีความคิดเห็นเพิ่มเติม -

#### ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค

การติดตามความก้าวหน้าของการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 - 2563 ที่ผ่านมา สคบ. ดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลด้านคุ้มครองผู้บริโภค ร่วมกับ 28 หน่วยงาน ใน 6 ด้าน ได้แก่ 1) ข้อมูลบุคคล 2) ข้อมูลนิติบุคคล 3) ข้อมูลการร้องเรียนร้องทุกข์ 4) ข้อมูลผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาต 5) ข้อมูลการเตือนภัย ข่าวสาร และ และ 6) ข้อมูลการดำเนินคดี โดยให้บริการผ่านเว็บไซต์ <https://ocpbconnect.ocpb.go.th> และแอปพลิเคชัน OCPB Connect ซึ่งได้จัดงานประกาศความสำเร็จเมื่อวันที่ 15 ก.ค. 2563

#### ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย มีผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด คือ ไม่บรรลุ ซึ่งแต่ละหน่วยงานมีการดำเนินการให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่หลากหลาย ขณะที่ผลการประเมินที่ไม่บรรลุเป้าหมายตามตัวชี้วัด โดยเมื่อมีการพิจารณาจากรายละเอียดในผลการประเมินพบว่า ในแต่ละหน่วยงานมีการรายงานผลการดำเนินการดังกล่าวเป็นจำนวนมาก แต่เมื่อเก็บข้อมูลเพื่อรายงานผลตัวชี้วัด ยังไม่สามารถนำมาใช้ในการประเมินผลตามตัวชี้วัดได้โดยตรง และจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการดำเนินงานมีข้อสังเกต คือ การกำหนดตัวชี้วัดดังกล่าวยังไม่สะท้อนถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างแท้จริง ซึ่งในแผนระยะถัดไปอาจต้องมีการทบทวนตัวชี้วัดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเห็นควรให้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและเนื้อหาการนำเสนอที่ชัดเจน ให้ตรงตามค่าเป้าหมาย และเสนอให้มีการเก็บค่าข้อมูลพื้นฐานในการคำนวณตัวชี้วัด และหากต้องการวัดให้มีประสิทธิภาพควรมีการวัดแบบตรงไปตรงมาเพื่อให้สามารถประเมินผลและวิเคราะห์ผลดีผลเสีย ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับอย่างถูกต้องรวมถึงยังพบปัญหาและอุปสรรค ที่ไม่เป็นไปตามค่าเป้าหมายอีกประการ คือ การโอน/ การแปลงงบประมาณ หรือสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้





#### ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

- ไม่มีความคิดเห็นเพิ่มเติม -

#### ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินงานภายใต้แผนในระยะถัดไปเห็นควรให้มีการบูรณาการงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริง ไม่มีการแบ่งแยกหน่วยงาน ด้วยการผลักดันแนวทางการขับเคลื่อนผ่านงบบูรณาการ หรือการจัดทำ Flagship Project เป็นโครงการเชิงบูรณาการขนาดใหญ่ที่ดำเนินการร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

ทั้งนี้ ที่ประชุมเห็นควรให้นำข้อสังเกตและข้อเสนอแนะจากคณะอนุกรรมการฯ ในการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ระยะครึ่งแผน เพื่อเป็นข้อมูลในการขับเคลื่อนแผนฉบับดังกล่าวต่อไป





## บทที่ 7

### สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 - 2562

จากการศึกษาวิเคราะห์ผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 - 2562 ตามกรอบนำแนวคิดของ CIPP Model และ balanced scorecard สามารถสรุปได้เป็น 4 หัวข้อ ประกอบด้วย

1. สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 -2564) ระยะครึ่งแผน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 - 2562
2. ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ในระยะเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565)
3. สรุปผลการวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ทุกมิติ
4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)

#### 1. สรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 -2564) ระยะครึ่งแผน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 - 2562

จากผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 - 2562 ซึ่งมีการศึกษาข้อมูลรายงานผลการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ และการคัดเลือกโครงการจำนวน 13 โครงการ เพื่อการศึกษาข้อมูลเชิงลึกโดยวิธีการสัมภาษณ์ การสำรวจความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมและผู้รับผิดชอบโครงการ โดยมีรายละเอียดผลการประเมินรายยุทธศาสตร์สรุปได้ดังนี้

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ โดยบรรลุเป้าหมายจำนวน 4 กลยุทธ์ และไม่บรรลุเป้าหมาย 1 กลยุทธ์ ดังนี้

#### ตารางที่ 7-1 สรุปผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ยุทธศาสตร์ที่ 1

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบการป้องกันควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการ ให้มีความปลอดภัย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)</li> <li>2. โครงการเฝ้าระวังและติดตามข้อมูลโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ สื่อโทรทัศน์เชิงรุก (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)</li> <li>3. กิจกรรม การติดตามตรวจสอบพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจด้านต่าง ๆ ตามภารกิจของ สคบ.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การกำกับดูแลโฆษณาไม่เหมาะสมและเป็นอันตรายเปรียบผู้บริโภคให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การพิจารณาโฆษณา อันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หลอกลวงผู้บริโภค หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ (สำนักงาน กสทช.)</li> <li>2. โครงการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จ.อุดรธานี และชุมชน จ.หนองคาย</li> </ol>	แต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล



ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่ สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อน แผนยุทธศาสตร์ฯ
	(สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค)	(ด้านการตลาด) (สำนักงาน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม) 3. โครงการจัดทำฐานข้อมูล ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาล เมือง อ.เมือง จ.อุตรธานี (สำนักงานปลัดกระทรวงการ อุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม)	
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชย และเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค	1. โครงการแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค (สำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) 2. โครงการประชาสัมพันธ์ร่าง แนวทางการเรียกคืนสินค้าใน ไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค)		แต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงาน ที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ โดยพบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ จำนวนของ โครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากข้อมูลการดำเนินงานเพียง หน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริง ควรมีการนำผลการดำเนินงานจาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ร่วมในการ ประเมินผลได้มากกว่านี้
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนากฎหมาย และ ปรับปรุงมาตรฐาน และ กฎหมายด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค	1. โครงการชักซ้อมความเข้าใจ บทบาทของสำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ต่อพระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การ จัดทำร่างกฎหมายและการ ประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติ การจัดตั้งสภาองค์กรของ ผู้บริโภค พ.ศ. 2562 (สำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) 2. โครงการแผนพัฒนากฎหมาย ของสำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค (สำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)		แต่ละโครงการมีผลลัพธ์การ ดำเนินงานที่สอดคล้องกับตัวชี้วัด กลยุทธ์ โดยพบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้อง มีค่อนข้างน้อย และมาจากข้อมูล การดำเนินงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผล การดำเนินงานจากหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องมาใช้ร่วมในการ ประเมินผลได้มากกว่านี้
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ ต่าง ๆ ในการ ส่งเสริมการบริโภค อย่างยั่งยืน	1. โครงการส่งเสริมการผลิตและ บริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (สนับสนุนและให้สิทธิประโยชน์ ผ่านมาตรการด้านเศรษฐศาสตร์, ผลักดันภาคผู้ผลิตและเพิ่ม ปริมาณสินค้าเข้าสู่ตลาด, ผลักดันผู้บริโภค) (กรมควบคุม มลพิษ)		แต่ละโครงการมีผลลัพธ์การ ดำเนินงานที่สอดคล้องกับตัวชี้วัด กลยุทธ์ โดยพบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ ในแต่ละโครงการมีจำนวน กิจกรรมย่อยหลายกิจกรรม ส่งผล ให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย



ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
	<p>2. โครงการเภสัชศาสตร์เพื่อสังคม: Pharmacy Watch (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p> <p>3. โครงการจัดทำแผนการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562 เรื่อง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสู่การบริโภคที่ยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)</p> <p>4. โครงการรณรงค์และสร้างความตระหนักให้แก่องค์กรผู้บริโภค องค์กรสิ่งแวดล้อม และภาคธุรกิจในแนวทางของการบริโภคอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)</p>		ตามตัวชี้วัด เพื่อให้กลยุทธ์นี้มีผลลัพธ์ที่ชัดเจนจึงควรเพิ่มจำนวนโครงการที่สะท้อนตามกลยุทธ์นี้
กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	<p>1. โครงการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม : ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กในเขตเทศบาลเมือง อ.เมือง จ.อุดรธานี (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p> <p>2. แผนบูรณาการ การขับเคลื่อนการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยด้วยแนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อประโยชน์สูงสุดทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ประกอบด้วยโครงการวิจัยภายใต้แผนจำนวน 3 โครงการ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม) คือ</p> <p>2.1 โครงการที่ 1 นวัตกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยภายใต้แนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p>	<p>1. MS Market แหล่งเรียนรู้สู่ผู้ประกอบการ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p> <p>2. โครงการการส่งเสริมการแปรรูป และพัฒนาธุรกิจสัตว์น้ำ เพื่อก้าวสู่ SMART FARMING (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p> <p>3. โครงการเทคโนโลยีการแปรรูปน้ำนมเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p>	แต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล นอกจากนี้ยังพบว่า จากการรายงานผลการดำเนินการมาจากข้อมูลการดำเนินงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้





ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
	<p>2.2 โครงการที่ 2 การพัฒนาศักยภาพชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการเชิงประสบการณ์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่เน้นประสบการณ์ (Experience Economy) และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p> <p>2.3 โครงการที่ 3 นวัตกรรมการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสังคมของไทยภายใต้บริบทของการดำเนินกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)</p>		

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ บรรลุเป้าหมายจำนวน 2 กลยุทธ์ ดังนี้

ตารางที่ 7-2 สรุปผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 2

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบรวบรวมและเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค	<p>1. การดำเนินการเกี่ยวกับการพิจารณาเรื่องร้องเรียนที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้ได้รับการแก้ไขตามกระบวนการ (สำนักงาน กสทช.)</p> <p>2. โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับให้บริการประชาชน ด้านการอนุญาต การให้บริการข้อมูลข่าวสาร และการรับเรื่องร้องเรียน (สำนักงาน กสทช.)</p> <p>3. โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการบริหารข้อมูลกลางของสำนักงาน กสทช. (ระบบกลางการเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร ระบบกลางการบริหารการรับชำระตามใบแจ้งหนี้ (bill payment) (สำนักงาน กสทช.)</p>	<p>1. การรายงานอุบัติภัยกลุ่มหรือรายใหญ่ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการประกันภัย (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย)</p> <p>2. พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ความเป็นเลิศ (การพัฒนาฐานข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียน/เสนอแนะบริการ) (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p> <p>3. พัฒนาระบบบริหารจัดการความเสี่ยงสู่ความเป็นเลิศ (การรับฟังความเห็น/ข้อร้องเรียนของผู้รับบริการหลายช่องทาง, เพิ่มช่องทางรับเรื่อง</p>	แต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล





ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
	<p>4. โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System) (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี)</p> <p>5. โครงการการจัดการข้อมูลสำหรับการบูรณาการข้อมูลอุตสาหกรรม (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</p> <p>6. การเข้าร่วมกับสถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (สรพ.) และกระทรวงสาธารณสุขเพื่อมุ่งความปลอดภัยผู้ป่วยและผู้ให้บริการ (2P Safety Hospital) (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p> <p>7. โครงการคุ้มครองสิทธิประโยชน์การเข้าถึงบริการ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p> <p>8. การพัฒนาเครือข่าย ศูนย์ร้องเรียน สายด่วน 1569 (กรมการค้าภายใน)</p> <p>9. โครงการการพัฒนาการให้บริการผู้บริโภค โดยการเชื่อมโยงและการบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค (OCPB Linkage)(สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)</p>	<p>ร้องใช้ QR Code, mail: MDHA@kku.ac.th) (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p>	
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค	<p>ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center) (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์)</p>		<p>โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ โดยพบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากข้อมูลการดำเนินงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้</p>



**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ บรรลุเป้าหมายจำนวน 2 กลยุทธ์ และไม่บรรลุเป้าหมาย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

**ตารางที่ 7-3** สรุปผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 3

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่ สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อน แผนยุทธศาสตร์ฯ
กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค	โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมระดับประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	1. โครงการส่งเสริมการนำเรื่องการรู้เท่าทันสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ไปใช้ในระดับอุดมศึกษา (การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ/กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์) (สำนักงาน กสทช.) 2. โครงการการให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการและการบริโภคอาหารให้เหมาะสมตามวัยเพื่อสุขภาพที่ดีและป้องกันการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม) 3. พัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรและการค้าผลไม้ภาคตะวันออก (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)	แต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล
กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย		1. กิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคม แก่สาธารณะ ประจำปี 2562 (สำนักงาน กสทช.) 2. กิจกรรมการสร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยของเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์มือถือ (สำนักงาน กสทช.) 3. กิจกรรมการสร้างความรู้ตระหนักรู้ให้แก่เยาวชนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมในระดับมัธยมศึกษา (สำนักงาน กสทช.) 4. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการ	ทุกโครงการไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ เนื่องจากรูปแบบของกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่างกัน ประกอบกับการคำนวณในตัวชี้วัดดังกล่าวเป็นการคำนวณจากการเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา จึงไม่สามารถคำนวณผลการดำเนินงานได้ในแต่ละโครงการเนื่องจากผู้ดำเนินโครงการขาดข้อมูล รวมถึงความรู้ความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัด ส่งผลทำให้การรายงานผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามตัวชี้วัดที่กำหนด ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้



ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
		<p>กระจายเสียงและโทรทัศน์ (สำนักงาน กสทช.)</p> <p>5. โครงการส่งเสริมและพัฒนา ด้านมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (กิจกรรมการรณรงค์สร้างจิตสำนึกด้านคุณภาพเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้เกิดขึ้นในทุกระดับ) (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</p> <p>6. โครงการส่งเสริมและพัฒนา ด้านการมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่ภาคการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา) (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</p> <p>7. สัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่ครู-อาจารย์ ระดับมัธยมศึกษา (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</p> <p>8. สัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่นักเรียนระดับอาชีวศึกษา (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</p> <p>9. กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่ มาตรฐานสู่สังคมชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</p> <p>10. ค่ายอาสาพัฒนาสิทธิและสุขภาพครั้งที่ 35 (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p> <p>11. โครงการก่อสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยว (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p> <p>12. โครงการผลิตสื่อสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาท้องถิ่น (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p>	



ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่ สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อน แผนยุทธศาสตร์ฯ
		<p>13. กิจกรรม Chef Move to School (สำนักงานปลัดกระทรวง การอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม)</p> <p>14. โครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภค ในเชิงรุก (โครงการสารคดี สั้น 1 นาที กับ กปถ. เสริมสร้างความปลอดภัย ในการใช้รถใช้ถนน) (กรมประชาสัมพันธ์)</p> <p>15. โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง (กรมประชาสัมพันธ์)</p>	
กลยุทธ์ที่ 3 การให้ความรู้ผ่านช่องทาง และวิธีการที่หลากหลาย	โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ (สำนักงาน กสทช.)		โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่ สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ โดยพบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากข้อมูลการดำเนินงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ร่วมในการประเมินผลได้มากกว่านี้
กลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน		<p>1. โครงการถ่ายทอดและเผยแพร่ องค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชน ในเขต จ.อุดรธานี (สำนักงาน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p> <p>2. โครงการจัดตั้งศูนย์ให้ คำปรึกษาทางการตลาดแก่ชุมชน ในเขต จ.อุดรธานี (สำนักงาน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม)</p>	ทุกโครงการไม่สอดคล้องกับ ตัวชี้วัดกลยุทธ์ เนื่องจากรูปแบบของกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่างกัน ประกอบกับการคำนวณในตัวชี้วัดดังกล่าวเป็นการคำนวณจากการเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา จึงไม่สามารถคำนวณผล การดำเนินงานได้ในแต่ละโครงการ เนื่องจากผู้ดำเนินโครงการ ขาดข้อมูล รวมถึงความรู้ ความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัด ส่งผลทำให้ การรายงานผลการดำเนินงานไม่ เป็นไปตามตัวชี้วัดที่กำหนด ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการ ดำเนินงานมาใช้ประกอบการ ประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้



**ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์**  
บรรลุเป้าหมายจำนวน 2 กลยุทธ์

**ตารางที่ 7-4 สรุปผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 4**

<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค</b>			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานสอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	1. โครงการ คปภ. เพื่อชุมชน ประจำปี 2562 (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย) 2. โครงการผู้นำเยาวชนตามรอยศาสตร์พระราชาเพื่อการเป็นสังคมบริโภคอย่างยั่งยืนและพอเพียง (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	1. โครงการส่งเสริมการประกันภัยตามนโยบายภาครัฐเพื่อประชาชน โดยการจัดอบรม/กิจกรรมให้ความรู้การประกันภัยให้แก่ประชาชนกลุ่มต่างๆ อาทิ เช่น กลุ่มเกษตรกร/ ผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องตามนโยบายภาครัฐ เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย) 2. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (สำนักงาน กสทช.) 3. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า (กรมการค้าภายใน) 4. โครงการพลังเครือข่ายเยาวชนพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค (กรมการค้าภายใน)	แต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล
กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค 2.1 อัตราที่เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคูณด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	โครงการรณรงค์สร้างความตระหนักให้แก่องค์กรผู้บริโภค องค์กรสิ่งแวดล้อมและภาคธุรกิจ ในแนวทางของการบริโภคอย่างยั่งยืน (กิจกรรมวิทยากรตัวคูณ) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)		โครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ โดยพบข้อสังเกตที่สำคัญ คือ จำนวนของโครงการที่เกี่ยวข้องมีค่อนข้างน้อย และมาจากข้อมูลการดำเนินงานเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการนำผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการประเมินผลได้มากกว่านี้
2.2 ร้อยละของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	โครงการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค (อสคบ. รุ่นที่ 1) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)	1. โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (สำนักงาน กสทช.) 2. กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองสิทธิ	แต่ละโครงการมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างจากตัวชี้วัดกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ไม่สามารถนำผลลัพธ์การดำเนินงานดังกล่าวมาใช้ในการร่วมประเมินผล



ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่ สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อน แผนยุทธศาสตร์ฯ
		<p>ผู้บริโภค 77 จังหวัด ประจำปี 2562 (สำนักงาน กสทช.)</p> <p>3. กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค รุ่น 7)” (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)</p>	

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ โดยไม่บรรลุเป้าหมายทั้ง 2 กลยุทธ์ (โดยมีตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ที่ไม่ได้ดำเนินการเลย จำนวน 1 กลยุทธ์)

ตารางที่ 7-5 สรุปผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในยุทธศาสตร์ที่ 5

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค			
กลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	โครงการที่มีผลการดำเนินงานไม่ สอดคล้องกับตัวชี้วัดของกลยุทธ์	สรุปผลในภาพรวมการขับเคลื่อน แผนยุทธศาสตร์ฯ
กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค		<p>1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาตามมาตรฐานเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (กิจกรรมร้าน มอก.) (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)</p> <p>2. โครงการคลินิก สคบ. (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)</p>	ทุกโครงการไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดกลยุทธ์ เนื่องจากรูปแบบของกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่างกัน จึงไม่สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้ในแต่ละโครงการเนื่องจากผู้ดำเนินโครงการขาดข้อมูล รวมถึงความรู้ความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัด ส่งผลทำให้การรายงานผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามตัวชี้วัดที่กำหนด ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการนำผลการดำเนินงานมาใช้ประกอบการประเมินผลภายใต้กลยุทธ์นี้ได้
กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน			ไม่พบการดำเนินงานตามกลยุทธ์ จึงไม่สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้



2. ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ในระยะเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565)

2.1 ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ในระยะเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565) รายกลยุทธ์ สามารถจำแนกข้อเสนอแนะรายกลยุทธ์ ได้ดังต่อไปนี้ ตารางที่ 7-6 สรุปข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ในระยะเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565) รายกลยุทธ์

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบ และกลไกการ คุ้มครองผู้บริโภค	1. พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและ บริการให้มีความปลอดภัย	ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการขยายผลการตรวจสอบสินค้าและบริการ ประเภทอื่น ๆ
	2. พัฒนาระบบการเรียกคืน สินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชยและเยียวยา ความเสียหายให้กับผู้บริโภค	ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนมาตรฐาน/ มาตรการ/ ระบบ สำหรับควบคุมสินค้าและบริการ หรือป้องกันอันตราย จากสินค้าและ บริการประเภทต่าง ๆ ที่ไม่ปลอดภัย
	3. พัฒนานโยบาย และ ปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค	ควรดำเนินการกิจกรรม/ โครงการ ที่เกี่ยวข้องกับการทบทวน พัฒนา และปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ต่อประชาชน โดยให้มีความหลากหลายจาก หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการขยายผลการ พัฒนาและ ปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
	4. พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภค อย่างยั่งยืน	ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการบริโภค อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในส่วนภูมิภาค/ ชุมชน
	5. ส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	ควรดำเนินการโครงการ/ กิจกรรมสร้างจิตสำนึกเพื่อสังคมให้แก่ ผู้ประกอบการ ให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นโครงการ/ กิจกรรม ควรมีการเน้นหรือสอดแทรกการสร้าง จิตสำนึกให้เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาที่ชัดเจน ตลอดจนสำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญกับส่งเสริม การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยการส่งเสริม การศึกษาวิจัยและพัฒนาเพื่อการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ดังกล่าว
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบ ฐานข้อมูลในการ คุ้มครองผู้บริโภค	1. พัฒนาระบบรวบรวม และ เชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของ ผู้บริโภค	ควรมีการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก่อนการจัดทำ แผนปฏิบัติงานประจำปี และควรเน้นการพัฒนากระบวนการรวบรวมและ การเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียนอย่างชัดเจน มิใช่เป็นการเชื่อมโยง เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลงานบริการของหน่วยงานตนเอง
	2. พัฒนาฐานข้อมูลเรื่อง ร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อ ป้องกันและแก้ไขปัญหาของ ผู้บริโภค	ควรเพิ่มเติมรูปแบบ/ ประเภท บทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครอง ผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนด นโยบายที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เกิด ความหลากหลายมากขึ้น



ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ ความรู้ และการ สื่อสารเพื่อการ คุ้มครองผู้บริโภค	1. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้าน การคุ้มครองผู้บริโภคให้ สอดคล้องกับสถานการณ์การ คุ้มครองผู้บริโภค	ควรเน้นการเพิ่มงานวิจัย/ องค์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มิใช่เป็นโครงการ/ กิจกรรม ที่เป็นการอบรมให้ความรู้ อีกทั้งข้อมูลของ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเพียงหน่วยงานเดียว ที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่สร้าง องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์ การคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
	2. การให้ความรู้ผ่านช่องทาง และวิธีการที่หลากหลาย	ควรกำหนดให้เป็นกรณีเร่งด่วน รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสม ก่อนการจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี และควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ทั้งหมดที่ชัดเจนในระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของ การทำโครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น ตลอดจนควรสร้างความรู้ ความเข้าใจ ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวชี้วัดหรือผลลัพธ์ตาม เป้าหมายของกลยุทธ์
	3. การติดตามตรวจสอบและ สนับสนุนการทำงานของสื่อ	ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรมระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่าย ต่อการเฝ้าระวังสื่อที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคให้มีความหลากหลาย จากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงควรออกแบบรูปแบบของ กิจกรรมที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น
	4. เสริมสร้างความรู้แก่ ผู้บริโภคในการบริโภค อย่างยั่งยืน	ควรมีการกำหนดผลลัพธ์และรูปแบบการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ อย่างเร่งด่วน และควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ชัดเจนใน ระดับภาพรวมของประเทศ แล้วจึงนำโครงการต่าง ๆ มานับเพื่อให้ บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่เพียงการตอบเป้าหมายของการทำ โครงการใดโครงการหนึ่งเท่านั้น
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การ สร้างและการพัฒนา ศักยภาพเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภค	1. การสร้างเครือข่ายคุ้มครอง ผู้บริโภค	ควรมีการกำหนดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายเดิมทั้งหมดของแต่ละ โครงการภายใต้กลยุทธ์เพื่อใช้ สำหรับกำหนดเป็นเป้าหมายเพื่อการ ประเมินผลที่ชัดเจนในระดับภาพรวม ตลอดจนควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลาย จากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
	2. การพัฒนาศักยภาพ เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค 2.1 อัตราที่เพิ่มขึ้นของ วิทยากรตัวคุณด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเพียงหน่วยงานเดียวที่มี การดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
	2.2 ร้อยละของจำนวน เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเพียงหน่วยงานเดียว ที่มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้น การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความหลากหลาย จากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูร ณาการการคุ้มครอง ผู้บริโภค	1. การส่งเสริมและสนับสนุน ให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วน ร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค	ควรเพิ่มโครงการ/ กิจกรรม ที่เน้นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค ให้มีความ หลากหลายจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
	2. การส่งเสริมการพัฒนา เครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และ	ควรเร่งดำเนินการโครงการ/ กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการ พัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ให้มีความหลากหลายจาก



ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างยั่งยืน	หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ที่ชัดเจน รวมถึงวิธีการดำเนินการ เป้าหมาย ร่วมกับแต่ละภาคส่วน เพื่อการดำเนินโครงการ/ กิจกรรม ที่สามารถตอบสนองต่อตัวชี้วัด ภายใต้กลยุทธ์ได้

## 2.2 ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ในระยะเวลา ที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565) ภาพรวม ควรมีการให้ความสำคัญต่อกระบวนการขับเคลื่อน ดังต่อไปนี้

1. จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) รายปี เพื่อใช้เป็นกรอบในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคให้บรรลุเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรมพร้อมทั้งใช้ในการติดตามและประเมินผลด้วย
2. กำหนดให้มีกรอบระยะเวลาในการติดตามและรายงานผลอย่างชัดเจน รอบ 6 เดือน และรอบ 12 เดือน
3. จัดประชุมหารือเพื่อรับฟังปัญหา/ อุปสรรคในการดำเนินการ พร้อมเสนอแนวทางแก้ไขร่วมกัน เพื่อให้การดำเนินการบรรลุค่าเป้าหมายที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ ภายหลังจากการรายงาน รอบ 6 เดือน และรอบ 12 เดือน
4. ควรผลักดันให้มีการดำเนินโครงการเชิงบูรณาการเฉพาะเรื่อง ได้แก่ (1) การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อพัฒนาสู่ Big Data การพัฒนา Application แบบเบ็ดเสร็จด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หรือการนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในกระบวนการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น (2) การเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่ผู้บริโภคสู่การเป็น Smart Consumer อย่างยั่งยืน เช่น การพัฒนาช่องทางการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (3) การพัฒนาศักยภาพการทำงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค (4) การพัฒนากระบวนการหรือกลไกการแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในประเด็นเร่งด่วน เช่น การซื้อขายออนไลน์, การเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยผู้บริโภค, การแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคด้านอาหารมัทรีพย์ เป็นต้น เพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมชัดเจน และสามารถตอบสนองตัวชี้วัดได้
5. เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ สังคม พฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงสภาพปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงควรมีการทบทวนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคให้เหมาะสมกับสถานการณ์และมีความทันสมัยอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น การให้ความสำคัญประเด็นการซื้อขายออนไลน์ ปัญหาการซื้อขายอาหารมัทรีพย์ ตลอดจนสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยหรือไม่เป็นธรรม เป็นต้น โดยต้องมีการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และสามารถสะท้อนการคุ้มครองผู้บริโภคภาพรวมในระดับประเทศได้



### 3. สรุปผลการวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ทุกมิติ

จากการสำรวจและศึกษาข้อมูลผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 - 2562 พบว่า ปัญหา อุปสรรค และผลกระทบ ที่เกิดจากการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยสามารถ จำแนกได้เป็น 2 มิติ คือ (1) ภาพรวมของปัญหา อุปสรรค และผลกระทบ และ (2) ปัญหา อุปสรรค และ ผลกระทบรายโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 ภาพรวมของปัญหา อุปสรรค และผลกระทบ

สภาพปัญหา อุปสรรค	ผลกระทบ
<b>ด้านการบริหารจัดการ:</b> การกำกับ ติดตามและ ประเมินผลโดยยึดโครงการ/กิจกรรมที่ปรากฏตาม แผนฯ ทำให้ขาดความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน และการรายงานผล	- ผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การ คุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 - 2562 ไม่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงผลสัมฤทธิ์ของการ คุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศในทุกมิติได้
<b>ด้านงบประมาณ:</b> ขาดการจัดงบประมาณเพื่อให้ หน่วยงานภายใต้แผนฯ ใช้ในการสนับสนุนหรือ ขับเคลื่อนภารกิจให้บรรลุตามค่าเป้าหมายที่กำหนด	- การบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไม่เกิดขึ้น อย่างเป็นรูปธรรม
<b>ด้านบุคลากร:</b> มีการปรับเปลี่ยนผู้แทน (คณะทำงานขับเคลื่อนและทบทวนแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560 - 2564) ของแต่ละหน่วยงานบ่อยครั้ง จึงทำให้ขาด ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	- ขาดการพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ

**3.2 ปัญหา อุปสรรค และผลกระทบรายโครงการ** โดยสรุปผลจากข้อมูลโครงการที่คัดเลือกภายใต้ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560-2562 จำนวน 13 โครงการ ดังนี้

#### โครงการที่ 1 โครงการเฝ้าระวังปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับ ดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย

ตัวชี้วัด : อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ

#### ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

##### ◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

อัตราการเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบ ปีงบประมาณ 2562 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 318.01 (ค่าเป้าหมาย ปีงบประมาณ 2562 ตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฯ ร้อยละ 8)

โดยมีข้อสังเกตที่พบจากการดำเนินโครงการ คือ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 อย. มีมาตรการตรวจสอบ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั่วประเทศ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตรวจสอบเพิ่มขึ้นมากกว่าปกติ

##### ◆ การขยายผล

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ โดยผู้ประกอบการมีความระมัดระวัง ให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนด

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะเชิงรุกในลักษณะเพิ่มจำนวนการตรวจสอบมากขึ้น





โครงการที่ 2 โครงการชักชวนความเข้าใจบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 (กองกฎหมายและคดี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนานโยบายและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด : จำนวนกฎหมายที่ได้รับการทบทวน แก้ไข พัฒนา เพื่อประโยชน์ต่อประชาชน

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

บุคลากรสังกัดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้รับความรู้ และมีความเข้าใจในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 โดยผ่านการทำแบบทดสอบความรู้

ผู้เข้าร่วมโครงการ ได้รับความรู้จากวิทยากรที่มีประสบการณ์ ทราบบทบาทของ สคบ. มากขึ้น ความรู้ นำมาปรับในการดำเนินงาน รู้เรื่องของอำนาจหน้าที่ในการทำงานของ สคบ. ลำดับขั้นตอนในการทำงานมากขึ้น เข้าถึงการดำเนินงานมากขึ้น ได้รับความรู้ เช่น การสืบหาแหล่งที่มาของ facebook เจ้าของที่แท้จริงของ facebook สิทธิของผู้บริโภค ได้รู้จัก และรู้จักหน้าที่ของผู้ประเมินประណมในศาล กับเจ้าหน้าที่ของ สคบ. และวิธีการจัดการกับงาน หรืออุปสรรคการทำงาน

◆ การขยายผล

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ คือ เจ้าหน้าที่ของ สคบ. มีความรู้ ความเข้าใจในกฎหมายทั้ง 3 ฉบับ สามารถให้คำปรึกษากับผู้อื่น หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ และสามารถดำเนินการได้ตามที่กฎหมายกำหนด

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะริเริ่ม เนื่องจากเป็นกฎหมายใหม่ และยังไม่เคยอบรมให้กับบุคลากรมาก่อน

ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ คือ พึงพอใจระดับมาก
2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ เพิ่มการพัฒนาความรู้ในด้านการเจรจา ควรเพิ่มระยะเวลาของวิทยากรบางท่าน ควรเพิ่มวิทยากร เพื่อให้เกิดความรู้ที่หลากหลาย อาจมีการเชิญบุคคลภายนอกมาเข้าร่วม แลกเปลี่ยนข้อมูลกัน หรือให้กลุ่มวิทยากรไปเผยแพร่กับหน่วยงานภายนอก
3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ต้องการให้เพิ่มระยะเวลาให้มากขึ้น การถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้มีประสบการณ์ที่หลากหลาย นอกจากความรู้ที่เรียนในมหาวิทยาลัย ถ่ายทอดความรู้ในโรงเรียนเพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่เบ็ดเสร็จในเบื้องต้นในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เช่น การซื้อขายออนไลน์ หรือการขายตรง
4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ลำดับการทำงานได้ดีขึ้น ได้รับความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่มากขึ้น นำมาปรับใช้ในการทำงาน ลดอุปสรรคในการทำงาน เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจในการเตรียมความพร้อมในการทำงานในอนาคต มีศักยภาพในการทำงานมากขึ้น ได้แนวทางในการทำงาน เพื่อสังคมในอนาคต เช่น การเป็นผู้ประเมินในศาลเป็นอาชีพที่ทำเพื่อสังคมได้ประโยชน์เพื่อนำมาทำงาน ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น





### โครงการที่ 3 โครงการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุนและการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด : จำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน

#### ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

##### ◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

โครงการครอบคลุมซึ่งครบวงจรตั้งแต่การผลิต การขนส่ง การบริโภค การกำจัดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ผลิตตื่นตัวมากขึ้น การปรับขั้นตอน รูปแบบการค้า ทศนคติที่ใส่ใจต่อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามกระแสความเปลี่ยนแปลงในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีการเชื่อมโยงกับฉลากลดโลกร้อนและอุตสาหกรรมสีเขียว ได้แก่ การรับรองฉลากเขียว หรือตะกร้าเขียว ในการจัดซื้อจัดจ้าง ทำให้มีจำนวนสินค้าที่ขอขึ้นทะเบียนในฐานะข้อมูลสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และมีจำนวนหน่วยงานของรัฐประเภทต่าง ๆ ที่จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการเหล่านี้มากขึ้น การมีข้อกำหนดในเรื่องนี้ร่วมกับกรมบัญชีกลาง เพื่อให้มีการจัดซื้อจัดจ้าง (บริโภค) โดยหน่วยงานภาครัฐ (GPP หรือ Green Public Procurement) และสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีราคาต่ำลง

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ บุคลากรของหน่วยงานได้ใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น พัดดูดสำนักงาน เคมีล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน น้ำมันเครื่องบางยี่ห้อที่มีคุณภาพดี ได้มาตรฐาน ISO มีประสิทธิภาพพร้อมไปถึงขั้นตอนการกำจัด เส้นใยเสื้อผ้าที่เป็น Eco mode ทำให้ไม่ต้องรีดผ้า กระจายชำระที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คั้นเส้นใยให้ธรรมชาติย่อยสลายได้ง่าย 30% (แม้จะไม่ได้ถึง 100% ก็ตาม) เป็นต้น ส่งผลดีต่อสุขภาพ เช่น กระจายถนนอมสายตา หมักพืชมปุ๋ยน้อย เป็นต้น ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อมจากการจัดซื้อสินค้า มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น มีการดำเนินการจัดซื้อสินค้าลักษณะนี้ทุกปีต่อเนื่อง ใช้เงินงบประมาณลดลงในระยะยาว เพราะสินค้าบางอย่างมีมาตรฐานคุณภาพพร้อมทั้งส่งผลดีต่อสุขภาพ

โดยมีข้อสังเกตที่พบจากการดำเนินโครงการ คือ มีจำนวนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และมีจำนวนหน่วยงานของรัฐประเภทต่าง ๆ ที่จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการเหล่านี้มากขึ้น ซึ่งเป็นฐานสำหรับการกำหนดเป้าหมายที่สูงขึ้นในร่างแผนปฏิบัติการในปี 2564 -2565

##### ◆ การขยายผล

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ คือ ขยายเป้าหมายโดยตั้งเป้าหมายและมีการดำเนินการเพิ่มจำนวนหน่วยงานทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชนให้เข้าร่วมมากขึ้นกว่าระยะที่ผ่านมา ขยายจำนวนและ supply chain ออกไปจนถึงภาคเอกชนและประชาชน โดยดำเนินการร่วมกันกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย เป็นต้น

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะเชิงรุก มุ่งเน้นกระตุ้นกลไกการตลาดโดยหน่วยงานภาครัฐ ประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นผู้บริโภครายใหญ่โดยมีลักษณะริเริ่มออกกฎระเบียบพัสดุเกี่ยวกับสินค้าและบริการประเภทนี้

#### ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ คือ พึงพอใจกับกระบวนการจัดซื้อฯ ประโยชน์ที่ได้รับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งแนวคิด กระบวนการ และผลที่ได้รับจากสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งมีคุณภาพดี เช่น กระจาย ปากกา หมักพืชม



2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ มีความต้องการผลที่ได้รับจากสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ คือ คาดหวังต่อผลที่ได้รับ คาดหวังให้เจ้าหน้าที่ใช้สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และให้เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ คุณภาพชีวิตของบุคลากรและคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทำให้บุคลากรของหน่วยงานได้รับประโยชน์จากสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยผ่านกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในโครงการฯ นี้ สำหรับสินค้าในลักษณะนี้บางตัวที่จัดซื้อได้ จะจัดซื้อต่อไปทำงานด้วยความประหยัด คุ่มค่า ตระหนักรู้ มีจิตสำนึก เป็นต้นแบบให้กับหน่วยงานอื่น

#### โครงการที่ 4 โครงการพัฒนาและขยายผลศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล (Integrated Complaint Management System) (ศูนย์บริการประชาชน สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค

ตัวชี้วัด : มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับทุกระบบ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

#### ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

##### ◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

ข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์ระหว่างหน่วยงานที่มีการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์กับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กระทรวงเกษตร และสหกรณ์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ ทำให้ทางหน่วยงานเห็นปัญหาและให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น มีเจ้าหน้าที่จาก อบต. ฝ่ายกฎหมาย และศูนย์ดำรงธรรมประจำตำบลมาดูแลช่วยเหลือว่ากล่าวตักเตือน

##### ◆ การขยายผล

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม หลังจากการดำเนินโครงการ คือ มีหน่วยงานประสงค์ที่จะเข้าร่วมดำเนินการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเรื่องราวร้องทุกข์เพิ่มขึ้น แต่อยู่ระหว่างการพัฒนาปรับปรุงระบบของหน่วยงานเอง ซึ่งยังไม่สามารถกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จได้

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะเชิงรุก เช่น การขอให้ส่วนราชการกำหนดให้มีผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานเป็นผู้นำการดำเนินการเรื่องร้องทุกข์ (CCEO) เพื่อกำกับติดตามผลการดำเนินงานแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน เป็นต้น

#### ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในการเข้าไปพูดคุยมากขึ้น ได้รับการเปลี่ยนทัศนคติมากขึ้น ซึ่งมีเจ้าหน้าที่เข้ามาดูแลจริงจัง

2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้ที่เดือดร้อนมีปัญหาให้ทราบถึงช่องทางในการร้องเรียน ช่องทางการให้ข้อมูล และช่องทาง Online

3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการคือ ปัญหาที่เกิดกับประชาชนได้รับการแก้ไขทันที่ และคาดหวังให้ดีขึ้นในแง่มุมต่าง ๆ ทั้ง 2 ฝ่าย

4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการคือ ได้ศึกษาต่อ และหาทางออกกับทางหน่วยงาน รวมถึงกระบวนการภาครัฐทำให้ประชาชนทั่วไปรู้สึกว่ามีคนดูแลและใส่ใจ





**โครงการที่ 5 โครงการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 OCC (Online Complaint Center)**  
(สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือสพธอ. (ETDA) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค

ตัวชี้วัด : จัดทำบทวิเคราะห์สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคแต่ละด้านเสนอเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย

**ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ**

◆ **ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์**

สามารถจัดการปัญหาในลักษณะต่าง ๆ อันเกิดจากธุรกรรมออนไลน์ สร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนและในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นช่วยเหลือประชาชนได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม มีจำนวนผู้ที่ได้รับการแก้ไขปัญหามากขึ้น สามารถสนับสนุนหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนผ่านการเชื่อมโยงข้อมูลการใช้เครื่องมือ / เทคโนโลยีเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาได้มากกว่าการใช้วิธีการแบบดั้งเดิม และใช้ระยะเวลาแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วขึ้น เช่น อย. ซึ่งเดิมใช้เวลาแก้ไขปัญหา 2-3 สัปดาห์ แต่ ETDA ใช้เวลาไม่เกิน 1 สัปดาห์เกิดการพัฒนาศักยภาพ เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานด้วยแผนและกระบวนการ

◆ **การขยายผล**

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ คือ ยังคงมีกลุ่มเป้าหมายเช่นเดิม มีจำนวนผู้ใช้บริการหลายภาคส่วนเพิ่มมากขึ้นทุกปี รวมถึงผู้ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาเพิ่มขึ้น แต่ขยายผลจาก 4 เรื่องคือ ปัญหาซื้อขายออนไลน์ ปัญหา Website ผิดกฎหมาย ปัญหาภัยคุกคามทางไซเบอร์ ให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย ICT ไปครอบคลุมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินงานทางออนไลน์ ซึ่งอาจกระทำผิดโดยไม่รู้ เช่น ส่งซื้อสินค้าจำนวนมากเข้ามาขายในไทยโดยไม่ขออนุญาตหรือปฏิบัติตามกฎหมายที่ใช้บังคับกับสินค้านั้น ๆ

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะเชิงรุกผ่านช่องทางต่าง ๆ ในงานหลักทั้ง 4 ด้าน ในปี 2563 โดยผ่าน (1) ช่องทางสายด่วนโทร 1212 ตลอด 24 ชั่วโมง (2) อีเมล (1212@mdes.go.th) เว็บไซต์ (www.1212occ.com) (3) แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือชื่อ 1212 OCC (4) Chatboard เช่น Facebook Messenger ในลักษณะให้แนะนำและแก้ไขปัญหาโดยระงับข้อพิพาทกันระหว่างผู้เสียหายและผู้กระทำผิดที่หลอกลวงทางออนไลน์ นำมาระดมความคิดเห็นและวิเคราะห์วางแผนคุ้มครองผู้บริโภค ประสานงานข้อมูลและจัดทำเป็นรายงานต่อผู้อำนวยการ ETDA และ สคบ. เป็นระยะๆ รวมถึงการจัดทำบทความทาง Facebook 1212 สื่อของ ETDA และ สคบ. เกี่ยวกับการเตือนภัยหรือให้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาการซื้อขายออนไลน์

**โครงการที่ 6 กิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมแก่สาธารณะประจำปี 2562** (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) โดยสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (รท.))

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

ตัวชี้วัด : ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค





## ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

### ◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้บริการโทรคมนาคมของกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 90.8

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ มีความรู้เพิ่มมากขึ้น สามารถนำไปใช้ทั้งในการปฏิบัติงานและในชีวิตประจำวัน โดยยังสามารถถ่ายทอดความรู้ต่อชาวบ้านและสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องต่อไปได้ และยังสามารถเข้าใจข้อมูลของ กสทช. อีกด้วย

### ◆ การขยายผล

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ คือ ในแต่ละปีที่จัดกิจกรรม จะมีการเปลี่ยนพื้นที่จัดกิจกรรม เพื่อให้สามารถเผยแพร่องค์ความรู้ ความเข้าใจ ลงสู่พื้นที่ต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง ไม่กระจุกในทีใดที่หนึ่ง หรือกลุ่มเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะเชิงรุก เพื่อให้ประชาชนทราบถึงสิทธิด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีให้ถูกเอาเปรียบ

### ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการพึงพอใจในความรู้ที่ได้รับจากการอบรม
2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการผลที่ได้รับจากโครงการที่ดีสามารถนำความรู้ไปใช้ได้
3. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้มากขึ้น สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ และสามารถให้ความรู้แก่บุคคลทั่วไปต่อไปได้

## โครงการที่ 7 ค่ายอาสาและพัฒนาสิทธิและสุขภาพครั้งที่ 35 (ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค มหาวิทยาลัยขอนแก่น)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

ตัวชี้วัด : ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

## ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

### ◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

ผู้เข้าร่วมโครงการตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภค ผู้เข้าร่วมโครงการมีพัฒนาการที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหาร

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ มีความรู้ในเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น สามารถเลือกรับประทานอาหารให้ถูกสุขลักษณะ

โดยมีข้อสังเกตที่พบจากการดำเนินโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ ตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภค และมีพัฒนาการที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหาร

### ◆ การขยายผล

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภค และผู้เข้าร่วมโครงการมีความเข้าใจในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะเชิงรุก



### ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ คือ พึงพอใจมาก
2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ต้องการให้เพิ่มวิทยากร
3. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ได้ข้อสังเกตในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค นำความรู้ที่ได้รับไปถ่ายทอด และนำไปใช้กับตัวเอง และมีความรู้ในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค

**โครงการที่ 8 กิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานสู่สังคม ชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิต และคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค** (กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

ตัวชี้วัด : ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

### ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

#### ◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ด้านการมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น สามารถนำไปปรับใช้ในการเลือกซื้อสินค้าในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ครู อาจารย์สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการไปประยุกต์ในการเรียนการสอน นักศึกษาระดับอาชีวศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพได้

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ ได้การสังเกตสินค้าจากคำแนะนำของวิทยากร ได้รับความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานอุตสาหกรรม ได้รับเอกสาร ได้รู้มาตรฐาน รู้วิธีตรวจสอบงาน โดยการเรียนการสอนสามารถเข้าใจได้ง่าย เข้า มาตรฐานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน ได้รู้จักสัญลักษณ์ วิธีการสังเกตดูสินค้า มอก. วัสดุ เครือข่ายร้านค้า

โดยมีข้อสังเกตที่พบจากการดำเนินโครงการคือ การจัดกิจกรรมฯ มุ่งให้ความรู้ในมาตรฐานอุตสาหกรรม โดยผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้ไปใช้ และถ่ายทอดได้

#### ◆ การขยายผล

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายมาตรฐานรับรองเพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานรับรอง ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน ผู้เข้าร่วมโครงการเชื่อมั่นในสินค้าที่มีเครื่องหมาย มอก. และเลือกซื้อสินค้าที่แสดงเครื่องหมาย มอก. อย่างมั่นใจ

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะเปลี่ยนแปลงจากเดิม

### ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการคือ ความพึงพอใจระดับมาก แต่ระยะเวลาน้อยและกระชั้นมาก พื้นที่ไม่อำนวยเท่าที่ควร

2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ เนื่องจากการอบรมจัดขึ้นในสถานศึกษา ทำให้เด็กที่เข้าร่วมอาจขาดความสนใจในการฟัง

3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการคือ เวลา เนื้อหาล้ามากไปไม่มีประโยชน์ ควรควบคุมเวลาให้ดี ควรมีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา เช่น มาตรฐานของท่อร้อยสายไฟที่มีความทันสมัย

4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ได้รู้ถึงวิธีสังเกตสินค้าที่ได้รับมาตรฐาน ได้รู้ถึงมาตรฐานของสินค้า ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ด้านมาตรฐานมากขึ้น นำไปใช้ในการสอบมาตรฐานวิชาชีพ เช่น ช่างไฟ และสามารถนำความรู้ไปปรับใช้และถ่ายทอดต่อไปได้





## โครงการที่ 9 โครงการให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวัง (สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

ตัวชี้วัด : ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

### ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

#### ◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

ผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ : ข่าว รายการ สปอต สารคดี สกู๊ป พุดแทรก อักษรวิง เป็นต้น จำนวน 673 ครั้ง สื่อวิทยุกระจายเสียง เช่น ข่าว รายการ สปอต สารคดี พุดแทรก บทความ เป็นต้น จำนวน 12,574 ครั้ง รวมทั้งสื่อออนไลน์ : Social Media (Facebook Instagram Line Twitter และ Youtube) จำนวน 412 ครั้ง รวมทั้งสิ้นผลิตและเผยแพร่ จำนวน 13,681 ครั้ง

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคทำให้เข้าใจสถานการณ์ของการดูแลและช่วยเหลือผู้บริโภคมากขึ้น เกิดการคิดไตร่ตรองก่อนการเลือกซื้อสินค้า ศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงในการซื้อขายสินค้า ความรู้เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคทุกคนควรให้ความใส่ใจ ถึงแม้จะไม่เกิดภัยแก่ตนเอง แต่อย่างน้อยก็สามารถเป็นข้อเตือนใจให้กับผู้บริโภค สามารถนำข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ไปยังคนรอบตัวได้ และเป็นฐานข้อมูลในการเรียนการสอนได้ ทำให้เข้าใจถึงความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค มาตรฐานและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รู้เท่าทันราคาครีมีพลอม ยาปลอม เวชสำอางปลอม

โดยมีข้อสังเกตที่พบจากการดำเนินโครงการ คือ กรมประชาสัมพันธ์ผลิตสื่อตามภารกิจหลักของหน่วยงาน โดยมุ่งตอบสนองแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ

#### ◆ การขยายผล

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ คือ ได้รับรู้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในทุกช่องทางไปในวงกว้างมากขึ้น

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะเชิงรุก โดยปรับให้เข้ากับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค

### ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ คือ พึงพอใจมาก เพราะเรื่องดังกล่าว เป็นประโยชน์กับประชาชนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย พึงพอใจในแง่ของการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนได้ทราบเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในการตรวจสอบสินค้าที่ไม่ได้รับมาตรฐาน การจัดรายการวิทยุสามารถอธิบายเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเข้าใจ ตรงประเด็น มีการยกตัวอย่างกรณีศึกษาของผู้ที่ถูกหลอกลวงจากการซื้อสินค้า ทำให้มองเห็นภาพว่า เราจะต้องระมัดระวังการซื้อขายสินค้ามากขึ้น และจะต้องมีข้อปฏิบัติที่ดีอย่างไรในฐานะเป็นผู้บริโภคสินค้า

2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ต้องการให้รายการนำผู้ที่ประสบภัยจากการถูกหลอกลวงในการซื้อขายสินค้ามาเล่าประสบการณ์ให้ฟังในรายการ ควรมีหน่วยงานหลักที่ชัดเจนในการรับผิดชอบงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ต้องการให้สร้างสรรค์เนื้อหาให้มากยิ่งขึ้น ต้องการให้มีของรางวัล เพื่อเป็นแรงจูงใจสำหรับผู้รับฟังรายการที่เกี่ยวข้องกับ สคบ. เพื่อให้คนเกิดความสนใจในเรื่องนี้มากขึ้นและตระหนักถึงภัยที่จะตามมา เปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาเพื่อสิทธิของประชาชน





3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ผู้ฟังรายการได้รับความรู้ ความเข้าใจ เพื่อจะได้ตระหนักถึงการเลือกซื้อสินค้าและบริการทุกประเภท ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค คาดหวังให้ผู้ฟังรายการ นำข้อมูลและความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้หรือไปบอกต่อกับคนอื่นอย่างกว้างขวาง คาดหวังว่ากรมประชาสัมพันธ์จะผลิตรายการที่เกี่ยวข้องกับ สคบ. มากยิ่งขึ้น คาดหวังว่าจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคไปเรื่อย ๆ

4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ได้นำเรื่องที่ฟังจากรายการไปบอกต่อกับคนรอบข้าง เพื่อเป็นการเตือนภัยว่าควรศึกษาข้อมูลให้ถี่ก่อนการเลือกซื้อสินค้า โดยเฉพาะสินค้าออนไลน์ รู้เท่าทันสินค้าและบริการ ได้รับประโยชน์เป็นอย่างมาก จากที่เคยมองข้ามเรื่องเหล่านี้ แต่พอเจอปัญหาจากคนที่ประสบปัญหาด้านการถูกฉ้อโกงจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ทำให้เกิดความตระหนักมากขึ้น และใส่ใจกับการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น รวมถึงการรับประกัน การบริการหลังการขาย และการศึกษาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดรอบคอบมากยิ่งขึ้น ได้เป็นส่วนหนึ่งในการบอกต่อความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

### โครงการที่ 10 โครงการ คปภ. เพื่อชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย: คปภ.)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

#### ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

##### ◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถประชาสัมพันธ์ การประกันภัยในรูปแบบต่างๆ ของบริษัทผู้เข้าร่วมโครงการได้ทราบปัญหาในแต่ละชุมชนและสามารถเข้าช่วยเหลือได้ทันทีที่ ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยกับทำให้ได้รู้จัก คปภ. ด้วย และสามารถถ่ายทอดได้ ยิ่งทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทราบว่ามีการประกันผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และมีการให้ความรู้แก่ชุมชนได้ในทุกภาค

#### ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ คือ มีความพึงพอใจดี อย่างน้อยทำให้ทราบหลักและเหตุผลที่ คปภ. ดำเนินงานโครงการ ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในวิทยากรที่ให้ความรู้ ความเข้าใจ ที่ชัดเจน และยังมีติดตามผลอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง

2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ถ้ามีการจัดโครงการอีกก็จะเข้าร่วมโครงการอีกครั้ง โดยให้คนในชุมชนมาร่วมถ่ายทอด ผู้เข้าร่วมโครงการสนใจในงานที่เกี่ยวกับวิถีสุมชน และการเกษตร

3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบว่าการทำประกันนั้นคืออะไร และได้รับความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้ทราบว่า แต่ละชุมชนมีปัญหาและควรพัฒนาชุมชนนั้นต่อไปในทิศทางใด ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาใช้ในการพัฒนาการใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้อย่างถูกต้อง สามารถเข้าใจการทำประกันซึ่งจะได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้เกี่ยวกับการประกันทางธุรกิจ



## โครงการที่ 11 โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า (กองตรวจสอบและปฏิบัติการ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

### ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

#### ◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

อาสาฯ สามารถนำความรู้ ความเข้าใจ ในกฎหมายของกรมฯ ความรู้ที่ได้รับจากในการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การลงปฏิบัติภาคสนามจริง และเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แล้วนำไปใช้ในการสอดส่องดูแลและรายงานในสถานการณ์จริงของการติดป้ายราคา การกำหนดราคา การชั่งตวงวัด ฯลฯ ได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งสามารถเสนอแนะข้อคิดเห็นและแนวทางการแก้ไขปัญหา

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ อาสาฯ ได้รับผลดีจากความรู้ ได้แลกเปลี่ยน และมีเครือข่าย เกิดความมั่นใจในการแนะนำเรื่องราคา การชั่งน้ำหนักสินค้า และถ่ายทอดความรู้ให้กับคนในชุมชน เพื่อนบ้าน ลูกหลาน ให้พวกเขาช่วยกันสอดส่องดูแลด้วย หากพบการกระทำที่ไม่ถูกต้องให้แจ้งให้ทันทราบด้วย เพื่อที่จะไปแจ้งต่อหน่วยงาน 1569 และช่องทางรายงาน เกิดผลดีในการเป็นสื่อกลางกระจายข้อมูลออกไปสู่ผู้ประกอบการ โดยประสานงานและให้ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติตามกฎหมาย ทั้งการติดราคา ตั้งราคา การชั่งตวงวัด ที่ถูกต้อง ไม่ใช่จับผิด เกิดผลดีทั้งต่อทุกภาคส่วนที่ขายสินค้าและผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคได้ซื้อของถูกได้ช่วยเหลือเพื่อนบ้านคนอื่น ๆ ให้ได้รับประโยชน์ร่วมกัน

#### ◆ การขยายผล

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ คือ เปลี่ยนแปลงจนแบ่งเป็น 5 กลุ่มในปัจจุบัน คือ 1) กลุ่มอาหาร 2) กลุ่มของใช้ประจำวัน 3) กลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง 4) กลุ่มสินค้าเกษตร และ 5) กลุ่มความเป็นธรรมทางการค้า ซึ่งจำแนกเป็นกลุ่มย่อย คือ วัตถุประสงค์อาหารสด และปัจจัยด้านการผลิต แต่ไม่อาจเพิ่มขึ้นได้ เพราะข้อจำกัดด้านแผนงานและงบประมาณ อย่างไรก็ตามมีข้อเสนอแนะให้ขยายจากระดับจังหวัดไปจนถึงระดับตำบลและเพิ่มจำนวนอาสาฯ ซึ่งต้องมีการพิจารณาดำเนินการต่อไป

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะเปลี่ยนแปลงไปจากรูปแบบเดิมที่เข้ามาตั้งแต่ พ.ศ. 2548 โดยการใช้จดบันทึกและส่งรายงานในรูปแบบกระดาษตามช่องทางต่าง ๆ มีลักษณะเชิงรุก เห็นได้จากวิธีการทำงานแบบใหม่ ทั้งใช้ข้อมูลที่ยังมาจากอาสาฯ เก็บรวบรวมมา การใช้เทคโนโลยีและการลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบของจังหวัดและจากส่วนกลาง

### ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ คือ พึงพอใจต่อภาพรวมของโครงการฯ ร้อยละ 80 - 90 พึงพอใจกับเจ้าหน้าที่ ความรู้ ผลที่ได้รับจากโครงการฯ
2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ต้องการเข้าร่วมโครงการในครั้งต่อไป
3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ คือ คาดหวังให้ดำเนินโครงการต่อไปในทุกพื้นที่ เนื่องจากกรมฯ มีเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการติดตามลงพื้นที่จริงและส่งข้อมูลจริงในพื้นที่
4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ได้รับความรู้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากในการช่วยสอดส่องดูแลราคาสินค้าในตลาด โดยรวมแล้วอาสาฯ ร้อยละ 90 ที่ปฏิบัติงานได้ดีเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ เนื้อหาของการอบรมมีความเหมาะสม



## โครงการที่ 12 กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (อบรมหลักสูตร “การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค”) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด : 2.1 อัตราที่เพิ่มขึ้นของวิทยากรตัวคุณด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

2.2 ร้อยละของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

### ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

#### ◆ ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์

ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ ความเข้าใจ ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เครือข่ายมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจของเครือข่าย ผู้ปฏิบัติงานเครือข่ายภาคประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจและความมั่นใจในการปฏิบัติหน้าที่ เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยสอนรับเรื่องให้คำแนะนำ วันละ 2 คน ที่สำนักงานเขต ความรู้ทางด้านกฎหมายกับเครือข่ายในชุมชน

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ ได้ประชาสัมพันธ์หน่วยงานของตนเองให้ประชาชนรับรู้ รับทราบมากยิ่งขึ้น ได้รับความรู้เกี่ยวกับการร้องเรียนมากยิ่งขึ้น เกิดเครือข่ายพันธมิตรระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐและประชาชน (เครือข่ายภาคประชาชน/ อาสาสมัคร สคบ.) มีการติดต่อประสานงาน การปฏิบัติงาน ในการรับเรื่องราวร้องทุกข์ รับทราบข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ผ่านการอบรมผ่าน application LINE เกิดช่องทางการติดต่อประสานงานและการรับเรื่องราวร้องทุกข์ รู้โครงสร้างของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น เข้าใจในระบบการทำงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ตระหนักถึงความสำคัญของส่วนต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้ กับองค์กรของผู้เข้าร่วมโครงการ

#### ◆ การขยายผล

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการมีการบูรณาการการทำงานร่วมกัน เช่นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านข้อมูลการดำเนินงานในการช่วยเหลือผู้บริโภค การให้คำปรึกษา ความชำนาญในการให้คำปรึกษา การกลับเข้ามามีส่วนร่วมช่วยงานที่ สคบ. ภาคประชาชนเป็นเครือข่าย ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับกิจกรรมของหน่วยงานอื่น เช่น กรมคุ้มครองสิทธิฯ คปภ. ส่วนใหญ่เป็น ประธานเขตของประชาชนพื้นที่ละ 2 คน เพื่อเผยแพร่กับหน่วยงานอื่น ๆ

ลักษณะการดำเนินโครงการ มีลักษณะที่ไม่ใช่เชิงรุก หรือริเริ่มที่ชัดเจนยังเป็นวิธีการเดิมอยู่ แต่เป็น ลักษณะการเพิ่มจำนวนหลักสูตร อาจมีการขยายผลการดำเนินโครงการไปจัดในต่างจังหวัด หรือรับจำนวน ผู้เข้าร่วมแต่ละรุ่นเพิ่มมากขึ้น หรือมีการเพิ่มเติมเนื้อหาสาระสำคัญ หรือให้มีความเข้มข้นกว่าเดิม

### ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ คือ วิทยากรให้ความรู้เป็นอย่างดี ให้ความช่วยเหลือ ในการตอบข้อซักถามอย่างดี ระยะเวลาการจัดดี เกิดความตระหนักรู้และใช้วิจารณญาณมากขึ้นในเรื่องของ การโฆษณา การซื้อสินค้าออนไลน์ มีแนวทางในการแก้ปัญหา และช่วยเหลือผู้อื่นและผู้ที่มีความเสียหาย ในเรื่องต่างๆ เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกตลอดการอบรมในระดับดีมาก

2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ควรฝึกทบทวนให้ผู้รับการอบรมอย่างสม่ำเสมอและ ต่อเนื่องเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน ศึกษาดูงานในสถานที่จริงอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นรูปแบบ ในการปฏิบัติงาน

3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ให้เครือข่ายและอาสาได้รับความรู้เพิ่มเติมทั้งในทาง ทฤษฎีและปฏิบัติ โดยได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริงจาก สคบ. โดยตรง เนื่องจากมีหลายชุมชนในความรับผิดชอบ





4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ เกิดเครือข่ายพันธมิตร ได้รับความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ช่องทางการติดต่อสื่อสารและการช่วยเหลือประชาชน ได้รับความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ เนื่องจากมีบางเรื่องที่ไม่เข้าใจหรือไม่เคยทราบมาก่อนก็จะได้รับความรู้รายละเอียดจากการเข้าร่วมโครงการ

**โครงการที่ 13 กิจกรรม “คลินิก สคบ.”** (สคบ. ร่วมกับ คปภ. กองทุนประกันชีวิตกับกองทุนประกันวินาศภัย กสทช. สำนักอนามัย กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด : ระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน สื่อสารมวลชน วิชาการ เอกชน ในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับภาครัฐ

**ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ**

◆ **ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์**

อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ มากยิ่งขึ้น และนำไปถ่ายทอดให้คนในชุมชนรู้จักช่วยเหลือตนเองไม่ให้ถูกเอาเปรียบการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยพบว่าได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐเป็นอย่างดี เกิดการประหยัด บูรณาการใช้ทรัพยากรร่วมกัน คนในชุมชนมีความรู้มากขึ้น รู้จัก สคบ. มากยิ่งขึ้น

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ เป็นที่รู้จักต่อประชาชนและชาวบ้านมากขึ้น เป็นตัวกลางที่ช่วยเหลือประชาชน มีประชาชนเข้าพบและปรึกษาข้อกฎหมายข้อขัดแย้งในสังคมมากยิ่งขึ้น เป็นผู้ใกล้ชิดให้กับประชาชน 90% เนื่องจากได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ มากยิ่งขึ้น ประชาชนได้รับรู้ว่ามีกรมคุ้มครองสิทธิให้กับผู้บริโภคอะไรบ้าง เกิดการเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายและประชาชน มีชาวบ้านสนใจมาตรา 40 มากขึ้น มีการร้องเรียนที่ผู้ประกอบการเอาเปรียบผู้บริโภคผ่านเครือข่ายภาคประชาสังคม

โดยมีข้อสังเกตที่พบจากการดำเนินโครงการ คือ ใช้งบประมาณน้อย มีการบูรณาการกับหน่วยงานอื่น ๆ สร้างความเข้มแข็งของชุมชนประชาชน มีการดำเนินการต่อเนื่องและสร้างความรู้กับชุมชนที่แท้จริง

◆ **การขยายผล**

การเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วม ภายหลังจากการดำเนินโครงการ คือ การตั้งศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคให้แต่ละชุมชน เกิดความรู้ ความเข้าใจ มากขึ้น และมีการปฏิบัติตามที่ สคบ. ได้แนะนำ

ลักษณะการดำเนินโครงการ เป็นลักษณะเดิมแต่มีการขยายไปสู่ภูมิภาค หน่วยงานอื่นมาขอเข้าร่วมโครงการมากขึ้น กสทช. กรมคุ้มครองสิทธิ กรมอนามัย สถานีประชาชน คปภ. กองทุนประกันชีวิต เป็นต้น

**ความพึงพอใจ / ความต้องการ / ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ**

1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ คือ เจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ได้ดีให้คำแนะนำดี ได้รับความรู้เป็นอย่างดี และถ่ายทอดสู่ชุมชนได้ มีการรับเรื่องร้องเรียนซึ่งเป็นเรื่องที่ดี บุคลากรมีความหลากหลายและให้ความรู้ได้ดี มีการมอบของสัมมนาคุณกับประชาชนเล็กน้อยเป็นการจูงใจ การให้ข้อมูลของหน่วยงานที่ให้ความรู้กับประชาชนดี มีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก สคบ. ให้ความสำคัญกับภาคประชาชนและการมีส่วนร่วมของประชาชน

2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ คือ การจัดโครงการที่ใหญ่ขึ้น การอบรมให้ต่างจังหวัดมากขึ้น เนื่องจากประชาชนในเขตพื้นที่ต่างจังหวัดไม่ค่อยมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ สคบ. และสิทธิของตนเอง ต้องการให้มีป้ายประชาสัมพันธ์และโบรชัวร์ที่มากยิ่งขึ้น เพื่อจะได้นำไปแจกจ่ายให้ความรู้กับประชาชนได้ เข้าถึงความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองและสิทธิของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น





3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ควรมีการจัดคลินิก สคบ. ต่อไปทุก ๆ ปี เพื่อจะได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อกฎหมายที่เปลี่ยนแปลงและแปลกใหม่เพื่อให้ทันตามยุคสมัย มีความต้องการให้ สคบ. มาให้ความรู้กับประชาชนโดยเฉพาะกับผู้สูงอายุ อยากให้นำเสนอข้อมูลใหม่ ๆ อยู่เสมอ

4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์สามารถนำไปกระจายสู่ชุมชนต่อได้ ประชาชนในชุมชนมีองค์ความรู้เพิ่มเติมและหลากหลายมากขึ้น

#### 4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการยกร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)

จากข้อมูลการสรุปผลการวิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผนที่ผ่านมา สามารถสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการยกร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ได้ดังต่อไปนี้

1. ยกระดับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคเป็น “แผนบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค” โดยมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นเจ้าภาพหลักในการจัดสรรงบประมาณและขับเคลื่อนแผนดังกล่าว เพื่อให้สามารถกำหนดและติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามกรอบตัวชี้วัดรวมทั้งสามารถขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาให้เท่าทันสถานการณ์ ทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม พฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงสภาพปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ คือ การแก้ไขปัญหาการซื้อขายออนไลน์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ควรมีการศึกษาวิเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นแนวทางหรือมาตรการไว้ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ และการพัฒนาแนวทางเชิงป้องกันในการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ โดยวิธีการเสริมสร้างองค์ความรู้ หรือการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ

3. การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนากระบวนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ข้อมูล Big Data ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากทุกภาคส่วนให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น การจัดทำข้อมูลเชิงสถิติในมิติต่างๆ เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มสภาพปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว การพัฒนาการบริการของภาครัฐผ่าน Application แบบ one stop service โดยสามารถให้บริการจัดการเรื่องร้องทุกข์ การแจ้งเบาะแส การแจ้งเตือนภัย การตรวจสอบข้อมูลสินค้า/บริการ/ผู้ประกอบการ เป็นต้น รวมถึงการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) มาใช้ประโยชน์ เช่น การให้คำปรึกษาด้านกฎหมายหรือแก้ไขปัญหาเบื้องต้นแก่ผู้บริโภค ซึ่งอาจมีการพัฒนาถึงขั้นการคัดกรองประเภทเรื่องร้องทุกข์ของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความเร็วในกระบวนการแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การนำไปสู่นวัตกรรมการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

4. การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้เป็น Smart Consumer โดยการเสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับผู้บริโภค การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การแจ้งเตือนภัยต่างๆ รวมถึงมีการพัฒนาองค์ความรู้ รูปแบบ วิธีการสื่อสารกับผู้บริโภคให้มีความทันสมัย ถูกต้อง รวดเร็ว เท่าทันสถานการณ์ เช่น การบริหารจัดการงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์สูง เพื่อให้สามารถดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาสังคม เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค



ในสถาบันการศึกษาให้ครอบคลุมทุกระดับ รวมถึงการพัฒนาเนื้อหาให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและสามารถนำมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

5. การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ควรมีการศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหาการสร้างระบบและกลไกที่มีประสิทธิภาพผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเครือข่ายต่าง ๆ โดยการจัดทำแผนพัฒนาการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้มีความชัดเจน เพื่อให้สามารถนำไปสู่การปฏิบัติและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นรูปธรรม



## บรรณานุกรม

- กาญจนา อรุณสุขรุจี. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตร  
**ไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่**. ปรินญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต.  
เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คณิต ดวงหส์ดี. (2537). **สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้น ประทวนในเขตเมือง  
และเขตชนบท ของจังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชูเกียรติ รักบำเหน็จ. (2559). **คู่มือแนวทางการติดตามประเมินผล.สำนักงานงบประมาณของรัฐบาล สำนักงาน  
เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. กรุงเทพฯ**
- ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. (2546). **ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐในการบริหารจัดการระบบงบประมาณ  
แบบมุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์ชาติ (Strategic Performance Based Budgeting : SPBB)  
และกรณีตัวอย่างกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.**
- พสุ เดชะรินทร์. (ม.ป.ป.). **Balance Scorecard. ศูนย์การสื่อสารนานาชาติแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
สืบค้น 1 กรกฎาคม 2563 จาก [http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title =  
Balanced\\_Scorecard.](http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=Balanced_Scorecard)**
- เทพพนม เมืองแมน และสรวง สุวรรณ. (2540). **พฤติกรรมองค์การ. (พิมพ์ครั้งที่ 1).** กรุงเทพฯ: บริษัท  
สำนักพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิชย์ จำกัด.
- นภารัตน์ เสือจงพรุ. (2544). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานประจำสำนักงาน  
บริการโทรศัพท์. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.**
- ภนิดา ชัยปัญญา. (2541). **การวัดความพึงพอใจ. กรุงเทพฯ : แสงอักษร.**
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). **ความพึงพอใจ. ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (หน้า 775).  
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์.**
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทย  
ในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหาร  
การศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.(2563). **แผนวิสาหกิจ (พ.ศ. 2555 – 2564).**สืบค้น  
เมื่อ 15 มิถุนายน 2563 จาก [https://www.tistr.or.th/tistr/code/tistrorg/report/file/แผน  
วิสาหกิจ.pdf](https://www.tistr.or.th/tistr/code/tistrorg/report/file/แผนวิสาหกิจ.pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.). (2562). **คู่มือแนวทางการพัฒนาองค์กร  
สู่ระบบราชการ 4.0.** กรุงเทพฯ: สำนักงาน ก.พ.ร.
- สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ.(2563). **แผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580).**  
สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2563 จาก [http://www.onwr.go.th/wp-content /uploads /2019/09/แผน  
แม่บทน้ำ20ปี-A4-Final.pdf](http://www.onwr.go.th/wp-content/uploads/2019/09/แผนแม่บทน้ำ20ปี-A4-Final.pdf)
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ.(2563). **รายงานผลการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของ  
ประเทศ ระยะ 2 ปีแรก (2560 – 2561).**สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2563 จาก [https://www.nesdc.go.th  
/ewt\\_dl\\_link.php?nid=9528](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9528)



สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค. (2563). **โครงการวิเคราะห์และจัดทำรายงานร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (ฉบับปรับปรุง) พ.ศ. 2563-2565.** กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

สุนิรัตน์ จันทรรัก. (ม.ป.ป.). **แบบจำลองการประเมินผลตาม CIPP Model.** สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2563 จาก [gotoknow.org/posts/453748](http://gotoknow.org/posts/453748).

Herzberg, Frederick ; Mausner, Bernard, ; & Snyderman,Block. (1959).**The Motivation to work.** Newyork: John Wiley & Son.

Hornby, A. F. (2000). **Advance learner's dictionary** (6th ed.). London, England: Oxford University.

Maslow, A. H. 1954. **Motivation and Personality.** New York: Harper and Row Publishers.

Quirk, R. (1987). **Longman dictionary of contemporary English** (2nd ed.). London, England: Richard Clay Ltd.

Wolman, B. B. (1973). **Dictionary of behavioral science** (1st ed.). New York: Van Norstrand.



ภาคผนวก ก  
แบบสัมภาษณ์

ชื่อ-สกุล นักวิจัย.....  
ชื่อโครงการ.....

### ข้อมูลของบุคคลที่ทำการสัมภาษณ์

ชื่อ-สกุล.....  
ตำแหน่ง.....  
สำนัก/กอง..... หน่วยงาน.....  
วันที่เก็บข้อมูล.....

ยุทธศาสตร์ที่	กลยุทธ์	กลยุทธ์	กลยุทธ์
1	1	3	4
2	1	2	
3	2 (1) 2 (2)	2 (3) 2 (4)	
4	1 (1)	1 (2)	
5	1		

## แบบสัมภาษณ์



### กิจกรรม ประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ระยะครึ่งแผน ภายใต้โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินกิจกรรม ประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ระยะครึ่งแผน ภายใต้โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) วิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ผ่านมา รวมถึงให้ข้อเสนอต่อแนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวในช่วงเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565) โดยวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ในการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูล ประกอบการยกร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ

ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1

ส่วนที่ 4 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือและเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่านได้เป็นอย่างดี ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ และขอยืนยันว่า ข้อมูลส่วนบุคคลและคำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และไม่ถูกนำไปเผยแพร่ หรือใช้เพื่อการใดๆ ทั้งสิ้น โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นไปในลักษณะภาพรวมเท่านั้น ไม่มีกรวิเคราะห์หรือรายงานเป็นรายบุคคลแต่อย่างใด ความร่วมมือของท่านจะช่วยสนับสนุนการพัฒนาการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 มีประสิทธิภาพต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์มา ณ โอกาสนี้



ความสัมพันธ์ของการนำแนวคิด CIPP Model และ Balanced Scorecard มาใช้ในการสร้างเครื่องมือ เพื่อการจัดเก็บข้อมูลภาคสนาม

ข้อมูลโครงการ	ข้อสังเกต/ ความคิดเห็นของผู้ดำเนินโครงการ
<p>1. ข้อมูลพื้นฐาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์</li> </ul>	<p><b>CIPP Model</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การประเมินด้านบริบทหรือสภาพแวดล้อม (Context Evaluation: C)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ระยะเวลาดำเนินการ</li> <li>• งบประมาณ</li> <li>• หน่วยงานที่ดำเนินโครงการ</li> <li>• ผู้เข้าร่วมโครงการ/ กลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>	<p><b>Balanced Scorecard</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- องค์กรประกอบพื้นฐานของ BSC ในมุมมองแต่ละด้าน</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลลัพธ์ของโครงการ</li> <li>• ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ</li> <li>• ตัวชี้วัดโครงการ</li> </ul> <p>ความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดในระดับหน่วยงานของผู้จัดโครงการ</p>	<p><b>CIPP Model</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การประเมินปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation: I)</li> </ul> <hr/> <p><b>CIPP Model</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การประเมินผลผลิต (Product Evaluation: P)</li> </ul> <p><b>Balanced Scorecard</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- องค์กรประกอบพื้นฐานของ BSC ในมุมมองแต่ละด้าน</li> <li>- มุมมองด้านลูกค้า / ผู้รับบริการ (Customer Perspective)</li> </ul>







ชื่อ-สกุล นักวิจัย.....  
ชื่อโครงการ.....

### ข้อมูลของบุคคลที่ทำการสัมภาษณ์

ชื่อ-สกุล.....  
อาชีพ.....  
จังหวัด.....  
วันที่เก็บข้อมูล.....

ยุทธศาสตร์ที่	กลยุทธ์	กลยุทธ์	กลยุทธ์
1	1	3	4
2	1	2	
3	2 (1) 2 (2)	2 (3) 2 (4)	
4	1 (1)	1 (2)	
5	1		

## แบบสัมภาษณ์



กิจกรรม ประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ระยะครึ่งแผน  
ภายใต้โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563  
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินกิจกรรม ประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ระยะครึ่งแผน ภายใต้โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2560 - 2562) วิเคราะห์การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ผ่านมา รวมถึงให้ข้อเสนอต่อแนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวในช่วงเวลาที่เหลืออยู่ (พ.ศ. 2564 - 2565) โดยวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค พร้อมทั้งผลกระทบ (Impact) ในการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อใช้เป็นข้อมูล ประกอบการยกร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ
- ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมโครงการ
- ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ/ ความต้องการ/ ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ
- ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการเข้าร่วมโครงการ
- ส่วนที่ 5 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ผลการศึกษาสามารถสะท้อนความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่านได้เป็นอย่างดี ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ และขอยืนยันว่า ข้อมูลส่วนบุคคลและคำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และไม่ถูกนำไปเผยแพร่ หรือใช้เพื่อการใดๆ ทั้งสิ้น โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นไปในลักษณะภาพรวมเท่านั้น ไม่มีการวิเคราะห์หรือรายงานเป็นรายบุคคลแต่อย่างใด ความร่วมมือของท่านจะช่วยสนับสนุนการพัฒนาการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 มีประสิทธิภาพต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์มา ณ โอกาสนี้



**ส่วนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมโครงการ**

ผลกระทบ	ข้อสังเกต/ ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ
<p>1. ผลที่เกิดขึ้นเชิงประจักษ์ภายหลังจากเข้าร่วมโครงการ</p> <p>.....</p>	<p>.....</p>
<p>2. การนำไปใช้ประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรู้ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ</li> </ul> <p>.....</p>	<p>.....</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• พฤติกรรมที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการ</li> </ul> <p>.....</p>	<p>.....</p>

**CIPP Model**  
 - การประเมินผลผลิต  
 (Product Evaluation: P)

---

**Balanced Scorecard**  
 - มุมมองด้านลูกค้า / ผู้รับบริการ  
 (Customer Perspective)

**ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ/ ความต้องการ/ ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ**

ความพึงพอใจ/ ความต้องการ/ ความคาดหวัง ของผู้เข้าร่วมโครงการ	ข้อสังเกต/ ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ
1. ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)	
2. ความต้องการจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)	<div data-bbox="1002 952 1481 1294" style="border: 1px solid red; padding: 5px;"> <p><b>CIPP Model</b> - การประเมินผลผลิต (Product Evaluation: P)</p> <hr style="border-top: 1px dashed red;"/> <p><b>Balanced Scorecard</b> - มุมมองด้านลูกค้า / ผู้รับบริการ (Customer Perspective)</p> </div>
3. ความคาดหวังจากการเข้าร่วมโครงการ (เช่น กระบวนการ, เจ้าหน้าที่, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก, ผลที่ได้รับ เป็นต้น)	
4. ประโยชน์ในภาพรวมที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ	





## ภาคผนวก ข

การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2

ภาพบรรยากาศการสนทนากลุ่ม  
วันอังคารที่ 27 ตุลาคม พ.ศ. 2563  
ณ ห้องเยอบีร่า 1 ชั้น 3 อาคาร Lobby โรงแรมทีเค พาเลส แอนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพมหานคร



## ผู้เข้าร่วมการประชุมสนทนากลุ่ม ครั้งที่ 1 จำนวน 31 คน

ซึ่งประกอบไปด้วยผู้แทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้แทนจากสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน 1 คน
2. ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จำนวน 1 คน
3. ผู้แทนจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จำนวน 1 คน
4. ผู้แทนจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จำนวน 2 คน
5. ผู้แทนจากสมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน
6. ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 10 คน
7. ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับ และส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย จำนวน 2 คน
8. ผู้แทนจากกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน
9. ผู้แทนจากกรมการค้าภายใน จำนวน 4 คน
10. นักวิจัย จำนวน 1 คน

## การสนทนากลุ่ม

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ตามโครงการ ได้ดำเนินการ การสนทนากลุ่มกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมวิพากษ์ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติฉบับที่ 1 ระยะครึ่งแผนใน วันอังคารที่ 27 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ณ โรงแรมทีเค พาเลส แอนด์ คอนเวนชัน ห้องเยอบีร่า 1 ชั้น 3 อาคาร Lobby กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยประเด็นที่สำคัญดังต่อไปนี้

### ประเด็นการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในภาพรวม

1. ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลการประเมินเพื่อใช้ในการปรับปรุงการดำเนินการตามเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 2

#### ผู้แทนจาก สำนักคณะกรรมการอาหารและยา

- แบบสอบถามในบางข้อไม่ตรงกับลักษณะของโครงการ ทำให้การตอบอาจไม่ตรงกับข้อมูลที่ต้องการได้ ดังนั้นควรพิจารณาเจาะรายละเอียดในเชิงลึก หรือเชิงคุณภาพในกิจกรรม ซึ่งจะสามารถนำไปใช้รายงานและเสนอเป็นแผนต่อไปได้

#### ผู้แทนจากสำนักงาน กสทช.

- ยุทธศาสตร์ 3 อาจมีข้อมูลในส่วนการประเมินผลที่ยังไม่ครบถ้วน โดยเฉพาะกิจกรรมที่ไม่บรรลุผล ควรมีการติดตามข้อมูลเพิ่มเติม

2. แนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ในช่วงเวลายังเหลืออยู่ พ.ศ. 2560 - 2565

#### ผู้แทนจาก สำนักคณะกรรมการอาหารและยา

- ควรมีการหารือรูปแบบในการเก็บข้อมูลใหม่ โดยพิจารณาข้อมูลเชิงลึกในแต่ละโครงการที่สามารถนำไปตอบโจทย์ได้ หรือหาโครงการใหม่ที่อาจช่วยตอบโจทย์เข้ามาเสริม

#### ผู้แทนจากสำนักงาน กสทช.

- ควรให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงตัวชี้วัดที่สามารถนำไปใช้ในระดับประเทศ

#### ผู้แทนจาก สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคฯ

- แผนยุทธศาสตร์ สคบ. ต้องเป็นหน่วยงานกลางที่คอยดูแลเรื่องทั้งหมดและต้องเชื่อมโยงฐานข้อมูลทั้งหมด
- ควรมีแผนการคุ้มครองให้เหมาะสมกับสถานการณ์และตามยุคสมัย โดยเน้นเรื่องการซื้อขายออนไลน์
- ต้องการให้มีหน่วยงานที่ดำเนินการในลักษณะ one stop service

3. ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมารวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน

#### ผู้แทนจาก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

- การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ไม่เหมือนกันแต่อยู่ภายใต้ตัวชี้วัดเดียวกัน
- เกิดปัญหาในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ต้องการให้มีการหารือเกี่ยวกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าออนไลน์มากขึ้น เช่น การบังคับการใช้กฎหมายกับผู้ประกอบธุรกิจจากต่างชาติ โดยเฉพาะเรื่องการจัดทำโฆษณา และปัญหากับผู้ประกอบการรายย่อย (Home Office) ซึ่งมีเป็นจำนวนมากที่ไม่ได้รับการจดทะเบียน จึงทำให้เกิดปัญหากับผู้บริโภคและควบคุมได้ยาก

#### ผู้แทนจากสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

- การทำธุรกรรมกับธนาคาร โดยเป็นการโอนเงินระหว่างธนาคาร เมื่อเกิดปัญหาไม่มีการร่วมมือหรือประสานงานกันในการแก้ไขปัญหา

#### ผู้แทนจากกลุ่มวางแผนและพัฒนาคุ้มครองสิทธิประโยชน์

- ระบบเทคโนโลยีที่นำเข้ามาใช้เกี่ยวกับการประกันสุขภาพ มีอุปสรรคในการขอข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เอาประกันภัยซึ่งถูกนำมาเป็นตัวชี้วัด
- การเชื่อมโยงข้อมูลเกี่ยวกับเครือข่ายยังคงมีปัญหาอยู่

#### ผู้แทนจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

- หน่วยงานควรมีการวางแผนกลยุทธ์ให้ครอบคลุมงานคุ้มครองผู้บริโภคได้ทั้งหมด โดยขอเสนอ 2 แนวทางคือ
  - วางแผนยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับเครือข่ายแล้วกำหนดตัวชี้วัดที่ครอบคลุมได้ทั้งหมด
  - สคบ. เป็นหน่วยงานหลักในการเสนอโครงการแผนบูรณาการ โดย สคบ. เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการกำหนดและติดตามการดำเนินงานตามกรอบตัวชี้วัด

#### ผู้แทนจากสำนักงาน กสทช.

- แผนแม่บทไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ สคบ. จึงควรมีตัวกลางประสานงานเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวชี้วัดที่เหมาะสมและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานต่าง ๆ

#### ผู้แทนจาก สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคฯ

- ปัญหาการซื้อขายออนไลน์ในประเทศไทย ต้องมีการหารือร่วมกันระหว่าง สคบ. และกระทรวงพาณิชย์รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ

#### ผู้แทนจาก สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคฯ

- การจัดกิจกรรมคลินิก สคบ. เป็นกิจกรรมที่ก่อประโยชน์และถึงแม้จัดให้สำหรับประชาชนกลุ่มเล็ก ๆ แต่เนื่องจากปัญหาด้านงบประมาณที่ได้รับน้อย จึงทำให้มีการจัดการและมีกิจกรรมต่าง ๆ น้อย จึงไม่สามารถตอบตัวชี้วัดได้ ทั้งนี้เพราะตัวชี้วัดที่ใช้อาจจะไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัดของ สคบ. รวมถึงกิจกรรมที่นำมาใช้ในการประเมินผล
- ในกรณีที่มีการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศเกิดปัญหา อาจทำได้โดยให้ผู้รับเงินและเว็บไซต์ที่เสนอขายสินค้าประสานกับประเทศปลายทางเพื่อขอความร่วมมือในการดูแลกับการซื้อขายและแก้ปัญหาที่พบหลังสั่งซื้อ
- ปัจจุบัน สคบ. มี MOU กับต่างประเทศ เช่น ประเทศเกาหลี ภูฏาน ลาว และมี global point เพื่อส่งประเด็นปัญหาระหว่างชาติให้กันและกัน ซึ่งในแต่ละประเทศจะมีหน่วยงานที่ช่วยกันประสานงานระหว่างกัน ยกเว้นในบางประเทศ แต่หน่วยงานก็ได้ประสานกับประเทศปลายทางเพื่อแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคเท่าที่จะทำได้

#### 4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์รวมถึงการจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฉบับต่อไป

#### ผู้แทนจาก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

- ควรใช้ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องร่วมกันในทุกหน่วยเพื่อไม่ให้เกิดความยุ่งยากในการรายงานผล

#### ผู้แทนจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

- ต้องกำหนดเป็นนโยบายของ สคบ. ในเรื่องของการผลักดันยุทธศาสตร์ให้สำเร็จได้

### ผู้แทนจากสำนักงาน กสทช.

- ควรมีการใช้เทคโนโลยี บิทคอย (bitcoin) โดยมีพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารซึ่งเกี่ยวข้องในระยะยาวกับร่างแผนที่ 2
- ควรมีการเพิ่มทวีตเคราะห์การทำธุรกรรมกับต่างประเทศ เพื่อนำไปกำหนดการแก้ไขปัญหาดต่อไป
- ควรมีการบูรณาการและกำหนดรูปแบบที่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ
- ต้องการให้นำเทคโนโลยีมาปรับใช้เช่น Gateway, Application มาเชื่อมโยงเครือข่ายที่ สคบ. ดำเนินการอยู่เพื่อให้เข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น

### ผู้แทนจาก กรมประชาสัมพันธ์

- ในฐานะผู้ผลิตสื่อมีความต้องการองค์ความรู้ (content) และข้อมูลที่ถูกต้องจาก สคบ. เพื่อประโยชน์ในการจัดทำสารคดีให้ตอบเจตจำนงและเป็นประโยชน์มากที่สุด

### ผู้แทนจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

- สคบ. ควรจัดโครงการบูรณาการ ซึ่งเป็นโครงการสำคัญขนาดใหญ่ที่จะทำให้การขับเคลื่อนแผน เกิดประสิทธิภาพ

### ผู้แทนจาก กรมการค้าภายใน

- ส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์เข้ามาอยู่ในระบบโดยจดทะเบียนเป็น e-commerce หรือ การตลาดแบบตรง ให้ผู้ซื้อ ซื้อสินค้ากับผู้ขายที่อยู่ในระบบเท่านั้น

### ผู้แทนจาก สมาพันธ์ชมรมคุ่มครองผู้บริโภคฯ

- ให้ สคบ. ประกาศรายชื่อบริษัทที่จดทะเบียน หากมีปัญหาสามารถขอความช่วยเหลือ และกำกับติดตามได้

### ผู้แทนจากสำนักงาน กสทช.

- ควรให้องค์ความรู้แก่ประชาชนในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น
- ทุกหน่วยงานร่วมกันพัฒนากฎหมายเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค
- พัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้เข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น
- ควรมีการประสานงานกัน ทั้งภาครัฐ ประชาสังคม ผู้ผลิต สื่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกสทช. โดยเป็นการทำงานแบบบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมี สคบ. เป็นผู้รับผิดชอบหลักและมีกิจกรรมการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้กับต่างประเทศ เช่น การสัมมนาประจำปี งาน expo โดยอาจเริ่มในระดับภูมิภาคอาเซียน
- สร้างความรู้ ความเข้าใจ ให้เข้มข้นมากขึ้น เช่น การซื้อขายออนไลน์ การทำธุรกรรมผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น
- รวบรวมสถิติการซื้อขายออนไลน์ ปัญหาที่เกิดขึ้น และการแก้ไขปัญหา เพื่อเป็นข้อมูลกับผู้ที่เกี่ยวข้อง

ภาพบรรยากาศการสนทนากลุ่ม  
วันศุกร์ที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2563  
ณ ห้องประชุม 10<sup>th</sup> Space โรงแรมนาดี 10 รีสอร์ทแอนด์โฮเทล จังหวัดขอนแก่น





## ผู้เข้าร่วมการประชุมสนทนากลุ่ม ครั้งที่ 2 จำนวน 25 คน

ซึ่งประกอบไปด้วยผู้แทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้แทนจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น จำนวน 1 คน
2. ผู้แทนจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ภาค 2 จำนวน 2 คน
3. ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับ และส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย จำนวน 1 คน
4. ผู้แทนจากศูนย์ดำรงธรรม จำนวน 1 คน
5. ผู้แทนจากสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 2 คน
6. ผู้แทนจากสมาคมผู้บริโภค จำนวน 5 คน
7. ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 5 คน
8. ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดขอนแก่น จำนวน 1 คน
9. ผู้แทนจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 3 คน
10. ประชาชน และสื่อมวลชน จำนวน 4 คน

## การสนทนากลุ่ม

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ตามโครงการ ได้ดำเนินการ การสนทนากลุ่มกิจกรรม รับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพร้อมวิพากษ์ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์แผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติฉบับที่ 1 ระยะครึ่งแผนใน วันศุกร์ที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ณ ห้องประชุม 10th Space โรงแรมนาดี 10 รีสอร์ทแอนด์โฮเทล จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ประเด็นที่สำคัญดังต่อไปนี้

### ประเด็นการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในภาพรวม

#### 1. ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลการประเมินเพื่อใช้ในการปรับปรุงการดำเนินการตามเป้าหมายของ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 2

##### ผู้แทนจาก สมาคมผู้บริโภค

- ภาคประชาชนยังไม่ค่อยมีบทบาท และไม่ได้มีส่วนร่วมในยุทธศาสตร์มากเท่าที่ควร
- ควรทบทวนโครงการบูรณาการต่างๆ ครอบคลุมทุกหน่วยงาน และเข้าถึงประชาชนอย่างแท้จริง

##### ผู้แทนจาก สำนักงาน กสทช. ภาค2

- ควรมีการบูรณาการความร่วมมือกันตั้งแต่เริ่มต้น เช่น การตกลงร่วมกันเกี่ยวกับตัวชี้วัด การประเมินผลโครงการตามตัวชี้วัดที่มีการใช้ตัวชี้วัดร่วมกัน
- ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงข้อมูลหน่วยงาน ยังมีอยู่เป็นจำนวนน้อย เพื่อการผลักดันให้เกิดการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้มากยิ่งขึ้น จึงควรให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดดังกล่าว
- ควรมีเวทีแลกเปลี่ยน และใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มากขึ้น

##### ผู้แทนจาก สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น

- ควรมีการทบทวนการตั้งค่าเป้าหมายของตัวชี้วัด ไม่ให้มีค่าเป้าหมายที่มากหรือน้อยจนเกินไป

##### ผู้แทนจาก สมาคมผู้บริโภค

- ควรพิจารณายุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 3 กรณีปัญหาสินค้าออนไลน์ที่ผู้ประกอบการที่อยู่ต่างประเทศ หากกฎหมายที่กำกับผู้ค้ายังไม่สามารถบังคับได้อย่างเต็มที่ ควรมีการดำเนินการอย่างเร่งด่วน

#### 2. แนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ในช่วงเวลาที่ยังเหลืออยู่ พ.ศ. 2560 - 2565

##### ผู้แทนจาก สมาคมผู้บริโภค

- ต้องการการสร้างหลักสูตรการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับการสร้างองค์ความรู้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ในสถาบันการศึกษา ซึ่งปัจจุบันนี้ มีหลักสูตร โดย สคบ. ร่วมกับสำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน จัดให้มีวิชาเลือกเสรี ทั้งในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และมหาวิทยาลัย และมีการสนับสนุนสื่อการสอนและสื่อประชาสัมพันธ์ แต่ยังไม่ได้มีการลงพื้นที่เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ

##### ผู้แทนจาก สมาคมผู้บริโภค

- ต้องการให้มีโครงการที่มอบให้ภาคประชาชน โดยมีการบริหารจัดการตามกฎระเบียบที่เหมาะสมต่อการทำงานของภาคประชาชน เนื่องจากระบบของภาคราชการมีหลักเกณฑ์และขั้นตอนมาก

##### ผู้แทนจาก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดขอนแก่น

- ควรส่งเสริมการทำงานของเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค เนื่องจากในปัจจุบันยังมีการดำเนินการที่น้อยอยู่ และผลงานยังไม่เป็นที่ประจักษ์

### 3. ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน

#### ผู้แทนจาก สมาคมผู้บริโภค

- ควรมีการประสานงานในการดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายให้เข้มแข็งมากขึ้น
- ควรมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาการขายสินค้าออนไลน์ โดยเฉพาะการโฆษณาเกินจริง และให้ข้อมูลเท็จแก่ลูกค้า
- ข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทำให้การดำเนินงานเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์ของอาเซียน ทำได้ไม่เต็มที่

#### ผู้แทนจาก คปภ. ภาค 3

- การทำงานส่วนภูมิภาคประชาชนในแต่ละพื้นที่ เข้าถึงสื่อและข้อมูลได้ไม่ทั่วถึง

#### ผู้แทนจาก ศูนย์ดำรงธรรม

- การขับเคลื่อนไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ เนื่องจากการพัฒนาบุคลากรที่ไม่ต่อเนื่อง มีการปรับเปลี่ยนเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบบ่อยครั้ง ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่อง
- ควรมีการเพิ่มเติมการเผยแพร่ และการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น
- ควรจัดตั้งหน่วยงานในลักษณะกองทุนคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนงบประมาณ

#### ผู้แทนจาก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดขอนแก่น

- คณะกรรมการผู้บริโภคในส่วนท้องถิ่น ด้านการดำเนินการเปรียบเทียบปรับ คณะกรรมการที่ดำเนินการเป็นคณะกรรมการที่ได้รับการเลือกตั้งจากท้องถิ่น จึงมีความลำบากใจในการทำงาน หากดำเนินงานตามหน้าที่อาจมีผลต่อฐานเสียง

### 4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์รวมถึงการจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฉบับต่อไป

#### ผู้แทนจาก สมาคมผู้บริโภค

- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ควรมีระบบรับเรื่องร้องเรียนผ่านระบบออนไลน์
- ควรมีการเผยแพร่ความรู้ หรือแจ้งเตือนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

#### ผู้แทนจาก สมาคมผู้บริโภค

- การประชาสัมพันธ์ความรู้ความเข้าใจในสิทธิของผู้บริโภค ให้มีการเข้าถึงประชาชนให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น และเสนอให้มีการจ้างผู้เชี่ยวชาญ ด้านการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อดูแลด้านนี้อย่างจริงจัง

#### ผู้แทนจากสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดขอนแก่น

- ควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ในเรื่องสิทธิผู้บริโภค
- ควรมีการสื่อสารกับผู้บริโภค เช่น การประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทาง หรือการใช้สายด่วน
- สคบ. ควรเพิ่มการรณรงค์การให้ความรู้ เพื่อเพิ่มการรับรู้ให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น
- ผู้ขายสินค้าออนไลน์ทุกคน ต้องจดทะเบียนให้อยู่ในระบบ และควรให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคให้ทั่วถึง

#### ผู้แทนจาก สมาคมผู้บริโภค

- สคบ. ควรมีอำนาจในการจัดการธุรกรรมทางการเงินในการโอนเงินไปยังประเทศปลายทางเพื่อชะลอการโอนเงินในกรณีที่เกิดปัญหา
- สคบ. ควรมีอำนาจควบคุมดูแลบริษัทซื้อขายออนไลน์ขนาดใหญ่ เช่น Lazada Shopee ในเรื่องของการกำหนดมาตรฐาน และคุณภาพอาจมีการคัดกรองก่อนนำขึ้นเว็บไซต์

### สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค

- ปัจจุบันสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลและพัฒนาเป็น Application ที่ชื่อว่า OCPB connect ซึ่งเป็นฐานข้อมูลที่หน่วยงาน 29 หน่วยงานนำมาแชร์กันเป็นองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติต่าง ๆ ทั้งนี้ มี บริการแจ้งเตือนภัยและขอโทษเพื่อช่วยตอบคำถามในเบื้องต้น