



Office of The Consumer Protection Board

แผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ. 2570

ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

CONSUMER

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. 2570 โดยเป็นไปตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 และเพื่อให้มีสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) แห่งสหประชาชาติ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 – 2570) และแผนปฏิบัติราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งคำนึงถึงสถานการณ์ที่มีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเด็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและรูปแบบการประกอบธุรกิจ รวมทั้งคำนึงถึงความต่อเนื่องในการบริหารราชการแผ่นดินควบคู่กับการปฏิบัติราชการอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ และเป็นแนวทางในการดำเนินงานของสำนัก/กอง/กลุ่มงาน ภายใน สคบ. นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารในการกำกับดูแลและติดตามผลการดำเนินแผนงาน/ โครงการ/ กิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละผลผลิตให้สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน

กันยายน 2569

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	
ส่วนที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร	1
ส่วนที่ 2 ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของมติดคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560	2
แผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี	2
แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	4
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13	7
เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) แห่งสหประชาชาติ	8
แผนระดับที่ 3 แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 – 2570) ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569	8
แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	8
แผนปฏิบัติการของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) พ.ศ. 2566 - 2570 ของ สำนักนายกรัฐมนตรี	8
แผนผังแสดงความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ชาติกับแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	9
แผนผังแสดงรายละเอียดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 สารสำคัญแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. 2570 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	11
วิสัยทัศน์/ พันธกิจ	11
แผนปฏิบัติราชการ	
(ยุทธศาสตร์ที่ 1) แผนปฏิบัติราชการ ประเด็นที่ 1 เรื่อง พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เป้าหมาย/ตัวชี้วัด/แนวทางการพัฒนา/แผนงาน โครงการสำคัญ	12
(ยุทธศาสตร์ที่ 2) แผนปฏิบัติราชการ ประเด็นที่ 2 เรื่อง บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง เป้าหมาย/ตัวชี้วัด/แนวทางการพัฒนา/แผนงาน โครงการสำคัญ	15
(ยุทธศาสตร์ที่ 3) แผนปฏิบัติราชการ ประเด็นที่ 3 เรื่อง ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง เป้าหมาย/ตัวชี้วัด/แนวทางการพัฒนา/แผนงาน โครงการสำคัญ	18
ประมาณการวงเงินงบประมาณ พ.ศ. 2570 /ความสอดคล้องระหว่างโครงการกับแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. 2570 ของ สคบ.	22
แผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570	28
ประโยชน์ที่ได้รับจากแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. 2570 ของ สคบ.	36
การติดตามและการประเมินผล	36
ภาคผนวก	
คำอธิบายตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. 2570 ของ สคบ.	38

แผนปฏิบัติการ รายปี พ.ศ. 2570 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร

ความเสมอภาคทางสังคม ซึ่งมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ โดยการพัฒนา ปรับปรุง และทบทวนกฎหมาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน การพัฒนาระบบการเฝ้าระวัง การตรวจสอบ และการแจ้งเตือนภัยสินค้า/บริการที่ไม่ปลอดภัย การพัฒนานวัตกรรม ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล และการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญ ในการดำเนินงานภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติเพิ่มขึ้นในประเด็น ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีเป้าหมายคือ ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ ปลุกจิตสำนึกให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจเป็นผู้ประกอบธุรกิจที่ดี มีธรรมาภิบาล และรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้ง ยังได้คำนึงถึงสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคที่ต้องมีการปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้บริโภคและรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีที่เข้ามา มีบทบาทสำคัญในการพัฒนารูปแบบวิธีการขายที่หลากหลาย ส่งผลให้ผู้บริโภคอาจถูกละเมิดสิทธิมากยิ่งขึ้น ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้ให้ความสำคัญ ต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยการแสดงบทบาทด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ชัดเจนในทุกมิติ เพื่อมุ่งไปสู่การเป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนกลไก ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศให้สามารถตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ แผนระดับต่าง ๆ และเท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นรูปธรรม

แผนปฏิบัติการ รายปี พ.ศ. 2570 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินการภายใต้วิสัยทัศน์ คือ “องค์กรหลักในการบูรณาการและขับเคลื่อน กลไกด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม” โดยกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กร 3 ประเด็น ดังนี้ (1) พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ (2) บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง และ (3) ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย ยุทธศาสตร์ชาติและเพื่อใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติการและการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 โดยโครงการ/ กิจกรรมที่กำหนดไว้ภายใต้แผน ฉบับดังกล่าว ได้คำนึงถึงผลผลิตที่จะสามารถตอบสนองตัวชี้วัดได้ตามที่กำหนด และสามารถตอบค่าเป้าหมายของแผนในระดับต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560

2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 1)

1) ยุทธศาสตร์ชาติ (หลัก) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

(1) เป้าหมาย: สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์: การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยเน้นการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

2) ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

(1) เป้าหมาย: ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์ 5. พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาลและรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจในการเข้าถึงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

3) ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

(3.1) เป้าหมาย: 1. ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

(3.1.1) ประเด็นยุทธศาสตร์ 1. ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

(3.1.2) ประเด็นยุทธศาสตร์ 2. ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนากระบวนการข้อมูล พร้อมกับการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคในทุกมิติ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเชิงรุกและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันที่ รวมถึงส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

(3.2) เป้าหมาย: 2. ภาครัฐมีขนาดเล็กลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

(3.2.1) ประเด็นยุทธศาสตร์ 3. ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เหมาะสมกับภารกิจ ส่งเสริมให้ประชาชนและทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ

(3.2.2) ประเด็นยุทธศาสตร์ 4. ภาครัฐมีความทันสมัย

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้เป็นรูปธรรม ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและพัฒนาศักยภาพเครือข่าย และองค์กรของผู้บริโภคให้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)

(3.3) เป้าหมาย: 3. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(3.3.1) ประเด็นยุทธศาสตร์ 5. บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ

(3.3.2) ประเด็นยุทธศาสตร์ 6. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลพร้อมกับการศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้

(3.4) เป้าหมาย: 4. กระบวนการยุติธรรม เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมของประเทศ

(3.4.1) ประเด็นยุทธศาสตร์ 7. กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ และมีเท่าที่จำเป็น

(3.4.2) ประเด็นยุทธศาสตร์ 8. กระบวนการยุติธรรมเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อประชาชนโดยเสมอภาค

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวทางการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

2.2 แผนระดับที่ 2 (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

2.2.1 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

(1) ประเด็นที่ 17. (หลัก) ประเด็นความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ 1 คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนา ระบบ กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิด ความเป็นธรรมและลดความเสียหายเปรียบของผู้บริโภค

แผนย่อย: 1 การคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐานและหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคม และ สุขภาพ

- แนวทางการพัฒนา: 3 ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค
- เป้าหมายของแผนย่อย: คนไทยทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบางได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

การปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและสนับสนุนองค์กร ของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพ ขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้บริโภคให้มีความตระหนักในสิทธิหน้าที่และมีภูมิคุ้มกันในการบริโภคและซื้อสินค้า และส่งเสริมให้ภาคีการพัฒนาต่าง ๆ มีบทบาทในการสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

(2) ประเด็นที่ 8. (รอง) ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ 1 ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประกาศ ข้อระเบียบ และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจเกิดความรู้ความเข้าใจ และความตระหนัก เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่ภาคธุรกิจ ควบคู่กับการสร้างความตระหนักให้แก่ผู้บริโภค เพื่อลดการถูกเอารัดเอาเปรียบ

แผนย่อย 3.3 แผนย่อยการสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

- **แนวทางการพัฒนา** สร้างและพัฒนาตลาดในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่
- **เป้าหมายของแผนย่อย:** มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเพิ่มขึ้น
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ รวมทั้งพัฒนาระบบและกลไกในการสร้างความตระหนักให้แก่ภาคธุรกิจ เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค

(3) ประเด็นที่ 20. (รอง) ประเด็นการบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมายที่ 1** บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ
- **เป้าหมายที่ 2** ภาครัฐมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**

โดยการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569 พร้อมทั้งพัฒนาระบบ OCPB Connect ควบคู่กับการพัฒนาระบบฐานข้อมูลให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคในทุกมิติ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเชิงรุกและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที รวมถึงส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการ ด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

แผนย่อย 3.1 แผนย่อยการพัฒนาบริการประชาชน

- **แนวทางการพัฒนา** พัฒนารูปแบบบริการภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชน
- **เป้าหมายของแผนย่อย:** งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

โดยการส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว เช่น การไกล่เกลี่ยออนไลน์ การพัฒนาฐานข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบสารสนเทศ รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

แผนย่อย 3.5 แผนย่อยการสร้างและพัฒนาบุคลากรภาครัฐ

- **แนวทางการพัฒนา** พัฒนาบุคลากรภาครัฐทุกประเภทให้มีความรู้ความสามารถสูง มีทักษะการคิดวิเคราะห์และการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
- **เป้าหมายของแผนย่อย:** บุคลากรภาครัฐยึดค่านิยมในการทำงานเพื่อประชาชน ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่นและเป็นมืออาชีพ
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

โดยการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลพร้อมกับการศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) ประเด็นที่ 22. (รอง) ประเด็นกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมายที่:** 1. กฎหมายเป็นเครื่องมือให้ทุกภาคส่วนได้ประโยชน์จากการพัฒนาประเทศอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**

โดยการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวทางการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

แผนย่อย 3.1 แผนย่อยการพัฒนากฎหมาย

- **แนวทางการพัฒนา** 1) พัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการต่างๆ ให้สอดคล้องกับบริบทและเอื้อต่อการพัฒนาประเทศ
- **เป้าหมายของแผนย่อย:** 1. กฎหมายไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาภาครัฐและภาคเอกชนอยู่ภายใต้กรอบกฎหมายที่มุ่งให้ประชาชนในวงกว้างได้รับประโยชน์จากการพัฒนาประเทศโดยทั่วถึง
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

โดยการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวทางการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองและป้องกันการละเมิดสิทธิอย่างทั่วถึง

2.2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

(หลัก) 1) หมายความว่า 9 ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคม ที่เพียงพอ เหมาะสม

เป้าหมายที่ 2 คนไทยทุกช่วงวัยได้รับความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต

กลยุทธ์การพัฒนา 4 การพัฒนาระบบความคุ้มครองทางสังคมให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ย่อยที่ 4.1 บูรณาการระบบความคุ้มครองทางสังคม โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดเป้าประสงค์ของการจัดความคุ้มครองทางสังคมร่วมกัน

กลยุทธ์ย่อยที่ 4.2 ปรับปรุงรูปแบบการจัดความคุ้มครองทางสังคม

(รอง) 1) หมายความว่า 6 ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน

เป้าหมายที่ 3 อุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะของประเทศมีความเข้มแข็งขึ้น

กลยุทธ์การพัฒนา 4 การพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล

กลยุทธ์ย่อยที่ 4.3 ผลักดันและแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และการบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง

2) หมายความว่า 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

เป้าหมายที่ 1 การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

เป้าหมายที่ 2 ภาครัฐที่มีขีดสมรรถนะสูง คล่องตัว

กลยุทธ์การพัฒนา 1 พัฒนาคุณภาพการให้บริการภาครัฐที่ตอบโจทย์ สะดวก และประหยัด

กลยุทธ์ย่อยที่ 1.1 ยกเลิกภารกิจการให้บริการที่สามารถเปิดให้ภาคส่วนอื่นให้บริการแทน โดยยกเลิกภารกิจการให้บริการของภาครัฐที่มีต้นทุนสูง

กลยุทธ์ย่อยที่ 1.2 ทบทวนกระบวนการทำงานของภาครัฐควบคู่กับพัฒนาการบริการภาครัฐในรูปแบบดิจิทัลแบบเบ็ดเสร็จ

กลยุทธ์การพัฒนา 2 ปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการและโครงสร้างของภาครัฐให้ยืดหยุ่น เชื่อมโยง เปิดกว้างและมีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ 2.1 เร่งทบทวนบทบาทภาครัฐและกระจายอำนาจการบริหารจัดการภาครัฐ โดยปรับบทบาทและภารกิจใหม่ให้รองรับแนวทางการพัฒนาประเทศและสถานการณ์ในอนาคต

กลยุทธ์ย่อยที่ 2.2 สร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภาครัฐ

กลยุทธ์การพัฒนา 3 ปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ 3.1 ปรับเปลี่ยนข้อมูลภาครัฐทั้งหมดให้เป็นดิจิทัล

กลยุทธ์ย่อยที่ 3.2 ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานภาครัฐเป็นดิจิทัล

กลยุทธ์การพัฒนา 4 สร้างระบบบริหารภาครัฐที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาบุคลากร ให้มีทักษะที่จำเป็นในการให้บริการภาครัฐดิจิทัล และปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ มาตรการภาครัฐให้เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ 4.1 ปรับระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลภาครัฐเพื่อดึงดูดและรักษาผู้มีความรู้มาขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ 4.2 ยกเลิกกฎหมายที่หมดความจำเป็นและพัฒนากฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการ ยุติธรรมให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

2.2.3 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) แห่งสหประชาชาติ

เป้าหมายที่ 10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ

เป้าประสงค์ 10.4 เลือกลงนโยบาย โดยเฉพาะนโยบายการคลัง ค่าจ้าง และการคุ้มครองทางสังคม และให้บรรลุความเสมอภาคยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.3 แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง

- แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 พ.ศ. (2566 – 2570) ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569
- แผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569
- แผนปฏิบัติการของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) พ.ศ. 2566 - 2570 ของ สำนักนายกรัฐมนตรี

ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560 ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

แผนระดับที่ 1	ยุทธศาสตร์ชาติ	ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน		ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม		ด้านการปรับสมดุลและพัฒนา ระบบการบริหารจัดการภาครัฐ	
แผนระดับที่ 2	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	(8) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	(17) ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม	(20) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	(22) กฎหมายและกระบวนการยุติธรรม		
	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)	หมวดหมู่ที่ 6 ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน	หมวดหมู่ที่ 9 ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลงและคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอ เหมาะสม		หมวดหมู่ที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพและตอบโจทย์ประชาชน		
แผนระดับที่ 3	แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ.2566-2570) ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569	วิสัยทัศน์ : บูรณาการกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นธรรมอย่างทั่วถึง					
	แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) ของ สคบ. ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569	ประเด็นที่ 1 เสริมสร้างความเป็นธรรมและความโปร่งใสด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ประเด็นที่ 2 ลดความเหลื่อมล้ำและเสริมพลังผู้บริโภค	ประเด็นที่ 3 ยกระดับการบูรณาการข้อมูลดิจิทัลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ประเด็นที่ 4 พัฒนาร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในประเทศและระดับสากล		
		วิสัยทัศน์ : “องค์กรหลักในการบูรณาการและขับเคลื่อนกลไกด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม”					
		ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ	ยุทธศาสตร์ที่ 2 บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง		ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีจิตสมรรถนะ		

แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของ สคบ. ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569

วิสัยทัศน์

องค์กรหลักในการบูรณาการและขับเคลื่อนกลไกด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม

พันธกิจ

พัฒนากฎหมาย
มาตรฐาน ตลอดจน
ระเบียบข้อบังคับต่างๆ
ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

พัฒนาระบบและกลไก
การคุ้มครองผู้บริโภค
เพื่อป้องกัน ควบคุม/กำกับดูแล
สินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย
รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับ
ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พัฒนานวัตกรรม
และเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูล
การคุ้มครองผู้บริโภคให้มี
ประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชน
สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่าง
สะดวกและรวดเร็ว

เสริมสร้างองค์ความรู้
ด้านการคุ้มครอง
ผู้บริโภคให้แก่ประชาชน
อย่างทั่วถึง
เพื่อสร้างความตระหนักรู้
และสามารถปกป้องสิทธิของตนได้

ส่งเสริม สนับสนุน และ
พัฒนาศักยภาพเครือข่าย
คุ้มครองผู้บริโภค
ให้สามารถดำเนินงานคุ้มครอง
ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่งเสริมความร่วมมือ
ทุกภาคส่วน
ให้มีการบูรณาการงานคุ้มครอง
ผู้บริโภคในทุกระดับ
อย่างเป็นรูปธรรม

คำนิยามองค์กร

โปร่งใส ก้นสมัย ใส่ใจผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาการคุ้มครอง
ผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 บูรณาการการคุ้มครอง
ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับองค์กรให้ทันสมัย
และมีขีดสมรรถนะสูง

เป้าหมาย

- กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- กลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- กระบวนการบริหารจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ที่รวดเร็วและเป็นธรรม
- กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพ

- การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นมีผลสัมฤทธิ์
- เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค
- ประชาชนทุกคนตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค

- สคบ. มีการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย
- บุคลากรของ สคบ. มีสมรรถนะสูง เป็นคนดี คนเก่ง และมีความซื่อสัตย์
- สคบ. สามารถขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์

- การพัฒนามาตรฐาน แนวทาง และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- การพัฒนากลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยให้มีประสิทธิภาพ
- ยกระดับกระบวนการบริหารจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ให้มีความรวดเร็วและเป็นธรรม
- ขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

- ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- ผลักดันให้ภาคีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
- สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

- การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย
- การบริหารและพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะสูงพร้อมกับเป็นคนดี คนเก่ง และมีความซื่อสัตย์
- การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.1 ภาพรวม

3.1.1 วิสัยทัศน์ของส่วนราชการ

“องค์กรหลักในการบูรณาการและขับเคลื่อนกลไกด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม”

คำอธิบาย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จะทำหน้าที่หลักในการเสนอแนะนโยบายและขับเคลื่อนภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ ด้วยการบูรณาการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับองค์กรต่าง ๆ ในทุกระดับ (ระดับภูมิภาค ระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ) และทุกภาคส่วน (ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม) เพื่อการบริหารการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความทันสมัยและเป็นสากลมากยิ่งขึ้น ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ ควบคู่กับการปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง และมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ ให้เท่าทันต่อกระแสการบริโภคนิยมของโลก รองรับปัญหาการพิพาทและการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในทุกรูปแบบ พร้อมทั้งพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเป็นธรรม โดยคำนึงถึงความเสมอภาคทั้งในส่วนของผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ และเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยเฉพาะประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่มุ่งให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการให้บริการและองค์ความรู้ต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยความสะดวกและรวดเร็ว

3.1.2 พันธกิจของส่วนราชการ

1. พัฒนากฎหมาย มาตรการ ตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่างๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
2. พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกัน ควบคุม/กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. พัฒนानวัตกรรมและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชน สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว
4. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และสามารถปกป้องสิทธิของตนได้
5. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. ส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วนให้มีการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม

3.2 แผนปฏิบัติราชการ

3.2.1 แผนปฏิบัติราชการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ 1 เรื่อง พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ

1) แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์)/เป้าหมาย/ วิธีการ

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 1 การพัฒนามาตรการ แนวทาง และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

เป้าหมาย : กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

วิธีการ : โดยการปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม ยกเลิกกฎหมายให้มีกฎหมายเพียงพอเท่าที่จำเป็น และพัฒนากฎหมายใหม่ให้มีความทันสมัย/ทันต่อสถานการณ์/ทั้งในเชิงป้องกันและแก้ไข

* กฎหมาย หมายควมรวมถึง มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค หรือแนวทางในการบังคับใช้กฎหมาย ระดับประกาศ/ระเบียบ/คำสั่ง

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 2 การพัฒนากลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยให้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย : กลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

วิธีการ : โดยการใช้ข้อมูลจากการแจ้งเบาะแสไปพัฒนากระบวนการเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัยให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็วและมีความเที่ยงตรง และการนำข้อมูลดังกล่าวรวมถึงข้อมูลเรื่องร้องรื้อร้องทุกข์ไปวิเคราะห์ จัดกลุ่ม จัดลำดับความสำคัญ เพื่อดำเนินการตรวจสอบ ทดสอบพิสูจน์จนได้ผลลัพธ์ และนำข้อมูลที่ได้ไปแจ้งเตือนภัยผ่านระบบฯ ต่อไป

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 3 ยกระดับกระบวนการบริหารจัดการเรื่องร้องทุกข์ให้มีความรวดเร็วและเป็นธรรม

เป้าหมาย : กระบวนการบริหารจัดการเรื่องร้องทุกข์ที่รวดเร็วและเป็นธรรม

วิธีการ :

(1) การศึกษากระบวนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออก, ลดเวลาการรอคอย (Delay) นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทุกขั้นตอนให้มีความสมบูรณ์ เพื่อเพิ่มผลผลิตภาพ (Productivity) เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการ

(2) พัฒนาระบบการรับเรื่องร้องทุกข์ (Digital Transformation) ด้วยการใช้ปัญญาประดิษฐ์มาช่วยในการคัดกรองเรื่องร้องทุกข์ ก่อนส่งต่อหน่วยงานภายใน/ ภายนอกดำเนินการต่อไป

(3) ผลักดันการเข้าใช้งานผ่านระบบร้องทุกข์และระบบไกล่เกลี่ยออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวก และรวดเร็วในการดำเนินการให้แก่ประชาชน

(4) ส่งเสริมการบูรณาการการแก้ไขปัญหา ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้วยการใช้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงฐานข้อมูล (OCPB Connect) ให้เต็มประสิทธิภาพ

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 4 ขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย : กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพ

วิธีการ :

- (1) สร้างความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับต่างประเทศ เพื่อให้ได้แนวทาง/มาตรการ หรือบันทึกเข้าใจ/บันทึกข้อตกลง ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน
- (2) ขับเคลื่อนความร่วมมือทั้งในส่วนของบันทึกความเข้าใจ (MOU) และบันทึกข้อตกลง (MOA) ตามเจตนารมณ์ของความร่วมมือนั้น ๆ เพื่อให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม
- (3) พัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดนให้มีประสิทธิภาพและมีความสมบูรณ์

2) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1	จำนวนกฎหมายที่ได้รับการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข เพื่อการปฏิรูปด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	5 ฉบับ	กกค.
2	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ	ร้อยละ 20	กค. 1 – 4/กภท.
3	ระดับความสำเร็จของการพัฒนากระบวนการแจ้งเบาะแสของ สคบ.	ระดับ 5	กนย./กพป./กค. 1-4/สสท. (ศูนย์รับเรื่อง)
4	จำนวนการลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง	จำนวน 50 ครั้ง	กค. 1 – 4/กภท.
5	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย	ระดับ 5	กค. 1-4/กนย. (ส่วนเทคโนโลยี)
6	ร้อยละของเรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติ	ร้อยละ 72	กกค./กองฯ 1-4/กภท.
7	ร้อยละความสำเร็จของการเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน	ร้อยละ 80	กนย. (ส่วน ตปท.)
8	จำนวนแนวทาง/มาตรการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ	2 แนวทาง/มาตรการ	กนย. (ส่วน ตปท.)
9	ความสำเร็จในการสร้างความตกลงร่วมมือระหว่างประเทศ	ไม่น้อยกว่า 2 ประเทศ	กนย. (ส่วน ตปท.)

3) แผนงานสำคัญ ประกอบด้วย 3 แผนงาน ดังนี้

(1) แผนงานพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

(1.1) สคบ. เป็นศูนย์กลางข้อมูลกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

(1.2) แผนพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเท่าทันปัจจุบัน เกิดผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม

(2) แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

(2.1) สคบ. เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร/ การแจ้งเตือนภัยระดับประเทศ

(2.2) เกิดการบูรณาการการตรวจสอบพฤติกรรมผู้ประกอบการธุรกิจ (หน่วยงานภายใน สคบ.) โดยใช้ทรัพยากร (คนและเงิน) ร่วมกันให้เกิด

ประสิทธิภาพและความคุ้มค่า

(3) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

(3.1) สคบ. มีมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ

(3.2) มีการถอดบทเรียน (งานวิจัย/บทความ) เพื่อใช้อ้างอิงหรือประกอบการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศ

(3.3) บุคลากร สคบ. มีความสามารถเพียงพอต่อการเจรจาไกล่เกลี่ยกับผู้ร้องชาวต่างชาติได้

4) โครงการสำคัญ

(1) โครงการพัฒนากฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

(2) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์และเฝ้าระวังตรวจสอบโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ

(3) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์และเฝ้าระวังตรวจสอบสินค้าและบริการ

(4) โครงการเสริมสร้างประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

(5) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานกองกฎหมายและคดี

(6) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพปฏิบัติงานด้านอสังหาริมทรัพย์

(7) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

(8) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความร่วมมือกับต่างประเทศ

(9) โครงการพัฒนาความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ

3.2.2 แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ 2 เรื่อง บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

1) แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์)/เป้าหมาย/ วิธีการ

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 1 ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

เป้าหมาย : การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นมีผลสัมฤทธิ์

วิธีการ :

(1) การเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้สามารถดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น จัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน การจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมพนักงานเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น การสัมมนาเพิ่มทักษะเฉพาะด้าน การเป็นพี่เลี้ยงให้คำแนะนำ ปรึกษาทั้งด้านเทคนิค วิชาการ และการดำเนินงาน รวมถึงการถอดบทเรียนต่าง ๆ ร่วมกัน

(2) พัฒนาระบบงาน และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

(3) การประเมินผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นในมิติต่าง ๆ เพื่อนำผลการประเมินไปปรับปรุงการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งได้แก่ 1) การรับเรื่องและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค 2) การติดตามสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ 3) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ และ 4) การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนให้มีความเข้มแข็ง

(4) การส่งเสริม สนับสนุน รวมถึงการสร้างแรงจูงใจในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 2 ผลักดันให้ภาคีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย : เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการ :

(1) ผลักดันการขับเคลื่อนการดำเนินงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทั่วถึงและครอบคลุมในทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับเยาวชนในสถานศึกษามากเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในการบริโภคสินค้าและบริการ

(2) ยกระดับองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคให้มีคุณภาพมากขึ้น ทั้งในส่วนของระเบียบ หลักเกณฑ์ กระบวนการรับรองคุณภาพ เครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการองค์กร รวมถึงการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 3 การส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบการธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

เป้าหมาย : ผู้ประกอบการธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

วิธีการ : โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมาย มีการออกมาตรการเพื่อกำกับดูแลกันเอง และมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 4 สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

เป้าหมาย : ประชาชนทุกคนตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค

วิธีการ :

(1) พัฒนาการบริหารจัดการข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ สคบ. ให้มีการรวบรวม การจัดเก็บ การบริหาร และการประมวลข้อมูล ให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีประโยชน์ สามารถนำเนื้อหาไปดำเนินการจัดทำสื่อให้อยู่ในรูปแบบที่น่าสนใจ และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่เหมาะสมได้มีประสิทธิภาพ

(2) พัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ สคบ. โดยมีการพัฒนาเนื้อหา และรูปแบบของสื่อให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพื่อให้มียอดผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของ สคบ. ทุกช่องทางเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีประเมนผลการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จากข้อมูล (1) ยอดผู้ติดตาม (2) ยอดการแชร์ (3) การกดถูกใจ (4) จำนวนสื่อที่นำเสนอ และ (5) คอมเมนต์ด้านบวก/ด้านลบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนางานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพ และประชาชนเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ได้มากขึ้น รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะ ความรู้ความสามารถที่ทันสมัยในการจัดทำและเผยแพร่สื่อในยุคดิจิทัล

(3) ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการสำรวจการรับรู้ และความรู้ความเข้าใจ เพื่อพัฒนารูปแบบ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มและกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการวิจัยเชิงพฤติกรรมเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากเกิดการรับรู้และได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

(4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เช่น ผู้สื่อข่าว ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์จังหวัด รวมถึงหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการบูรณาการการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

2) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1	ร้อยละความรู้ความเข้าใจในแนวทางการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	ร้อยละ 70	กภท.
2	ระดับความสำเร็จของการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	ระดับ 5	กภท.
3	จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ	1 นโยบาย	กนย. (ส่วนนโยบายฯ)
4	ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด	ร้อยละ 70	กพส.
5	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ	ระดับ 5	กพส.
6	จำนวนแนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจ	4 แนวทาง/มาตรการ	กค. 1 - 4
7	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	ระดับ 5	กพส.
8	ร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน	ร้อยละ 82	กพส.
9	ร้อยละของประชาชนที่มีพฤติกรรมการใช้สิทธิของผู้บริโภค	ร้อยละ 82	กพส.

3) แผนงานสำคัญ ประกอบด้วย 3 แผนงาน ดังนี้

- (1) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายของแผนงาน คือ สคบ. ขับเคลื่อนภารกิจการคุ้มครองผู้บริโภค (แก้ไขปัญหา/ ประชาสัมพันธ์/ เฝ้าระวังตรวจสอบ) ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นตามศักยภาพและความเหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น
- (2) แผนงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

(2.1) สคบ. มีการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค (ภาครัฐ (MOU/สถานศึกษา), ภาคเอกชน, ภาคประชาสังคม (อสคบ.)) ตามศักยภาพและความเหมาะสม

(2.2) ส่งเสริมการรวมกลุ่มองค์กรของผู้บริโภคให้ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี
- (3) แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

(3.1) สคบ. เป็นศูนย์กลางข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของไทย

(3.2) แผนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ครอบคลุมทั้งในประเทศและอาเซียน

4) โครงการสำคัญ

- (1) โครงการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค
- (2) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด 76 จังหวัด
- (3) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค เขต 1 - 9
- (4) โครงการโอนจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- (5) โครงการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- (6) โครงการสานพลังเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค (G-Agent Awards)
- (7) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
- (8) โครงการวันคุ้มครองผู้บริโภคไทย 2570

3.2.3 แผนปฏิบัติราชการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ 3 เรื่อง ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง

1) แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์)/เป้าหมาย/ วิธีการ

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 1 การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย

เป้าหมาย : สคบ. มีการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย

วิธีการ :

(1) พัฒนาบุคลากรให้มีทัศนคติในการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่แวดล้อมไปด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างสุดขีด หรือ Digital Mindset และพัฒนาทักษะด้าน Digital Skill ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินงานในปัจจุบันเป็นอย่างมาก

(2) พิจารณาปรับกระบวนการงานให้มีเฉพาะขั้นตอนที่จำเป็น/ ทันสมัย/รวดเร็ว และนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามภารกิจของ สคบ. หรือ Digital Transformation คือ กระบวนการในการนำเทคโนโลยีมาสร้างสิ่งใหม่ หรือเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานในรูปแบบเก่าให้เหมาะสมกับยุคดิจิทัลที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการบริหารจัดการองค์กรสมัยใหม่ ให้มีความพร้อมในการบริการภาครัฐอัจฉริยะ (Smart Governance) (*เทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น การพัฒนาระบบฐานข้อมูล การเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การพยากรณ์ข้อมูล การนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการปฏิบัติงาน การใช้เทคโนโลยีจำลองแบบ อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์/ซอฟต์แวร์ที่ทันสมัย)

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 2 การบริหารและพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีสมรรถนะสูง พร้อมกับเป็นคนดี คนเก่ง และมีความสุข

เป้าหมาย : บุคลากรของ สคบ. มีสมรรถนะสูง เป็นคนดี คนเก่ง และมีความสุข

วิธีการ :

(1) จัดทำแผนบริหารทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ขององค์กร ครอบคลุมทุกมิติ เช่น การบริหารบุคลากรที่มีทักษะหรือสมรรถนะสูง การสร้างความก้าวหน้าในหน้าที่การงานแก่บุคลากร การสรรหา บรรจุ แต่งตั้งบุคลากร และการจัดระบบฐานข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดเก็บ สืบค้น วิเคราะห์บริหารจัดการทรัพยากรบุคคลได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

(2) จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP: Individual Development Plan) หมายถึง กรอบหรือแนวทางในการพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานให้สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามเป้าหมายในสายอาชีพของตน เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับบุคลากร ตลอดจนทำให้บุคลากรมีความเติบโตก้าวหน้าและทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาร่วมดำเนินการวางแผนพัฒนารายบุคคลของหน่วยงานตามความเหมาะสมและความจำเป็นในการพัฒนาในแต่ละปี ซึ่งการพัฒนาบุคลากรสามารถดำเนินการได้ 2 รูปแบบ คือ แบบที่เป็นทางการ เช่น การบรรยาย การฝึกอบรม เป็นต้น และแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น การเป็นพี่เลี้ยง การสอนแนะ (Coaching) และการสอนงานอย่างใกล้ชิด เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องมีการวางแผนกำหนดหลักสูตร ขอบเขตเนื้อหา ผู้เข้ารับการพัฒนา วิธีการพัฒนา วัตถุประสงค์ ช่วงเวลา วิธีการประเมินผล และการติดตามผลการพัฒนา เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป้าหมายการพัฒนา คือ บุคลากรในหน่วยงานที่ได้รับการพัฒนาอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละที่กำหนด

(3) จัดทำแผนเสริมสร้างความผูกพันในองค์กร โดยการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันและความพึงพอใจของบุคลากรในด้านต่าง ๆ ได้แก่ บรรยากาศในการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงาน แล้วนำปัจจัยต่าง ๆ มาจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันและความพึงพอใจของบุคลากร ให้มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Quality Award: PMQA) หมวด 5 การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการเสริมสร้างความผูกพันและความพึงพอใจให้กับบุคลากร ซึ่งเป็นการสร้างแรง จูงใจขวัญกำลังใจ ทำให้เกิดความผูกพันในองค์กร มีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงาน ผลักดันให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ นำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร

แนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์) ที่ 3 การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย : สคบ. สามารถขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการ :

- (1) การขับเคลื่อนการดำเนินงานของ สคบ. ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 พ.ศ. 2566 - 2570 อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันการพัฒนาศักยภาพของประเทศในภาพรวม รวมถึงการขับเคลื่อนแผนทุกระดับขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมาย
- (2) พัฒนาการบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร เพื่อให้มีศูนย์รวมข้อมูลเชิงสถิติขององค์กรที่ทันสมัย สามารถสืบค้นข้อมูลได้แบบ real time โดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลในมิติต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายหรือทิศทางขององค์กร พร้อมทั้งสามารถนำมาวิเคราะห์สภาพองค์กรเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนางานในแต่ละด้านตามภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

ที่	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1	ร้อยละของกระบวนการงานบริการที่ได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัล	ร้อยละ 90	กพบ./ กนย. (ส่วนเทคโนโลยี)
2	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ 3	กนย. (ส่วนเทคโนโลยี)
3	ร้อยละความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ สคบ.	ร้อยละ 90	สกก. (ศูนย์รับเรื่อง)/กนย. (ส่วนเทคโนโลยี)
4	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	ร้อยละ 75	กนย. (ส่วนเทคโนโลยี)
5	ระดับความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรบุคคล	ระดับ 5	สกก. (ส่วนบริหารทรัพยากรบุคคล)
6	ร้อยละของบุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด	ร้อยละ 95	สกก. (ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล)
7	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กร	ร้อยละ 80	สกก. (ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล)
8	ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569	ร้อยละ 80	กนย. (ส่วนนโยบายฯ)
9	ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการ รายปี ของ สคบ.	ร้อยละ 90	กนย. (ส่วนนโยบายฯ)
10	ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร	ระดับ 5	กนย. (ส่วนวิชาการฯ) (หลัก)/ (ส่วนเทคโนโลยี) (สนับสนุน)

3) แผนงานสำคัญ ประกอบด้วย 3 แผนงาน ดังนี้

(1) แผนงานดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

(1.1) สคบ. เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของไทย

(1.2) การบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการประชาชน

(2) แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

(2.1) สคบ. พัฒนาองค์กรเพื่อให้ได้รับรางวัลองค์กรคุณภาพ หรือได้รับคะแนนรางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐผ่านเกณฑ์ที่สำนักงาน

คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการกำหนด

(2.2) สคบ. มีการสร้างโครงสร้างใหม่ ควบคู่กับการปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง

(2.2) สคบ. มีการปรับกระบวนการนำไปสู่ Digital Transformation

(3) แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคล โดยมีเป้าหมายของแผนงาน คือ บุคลากรของ สคบ. เก่ง – ดี – มีความสุข และอุทิศตนทำประโยชน์เพื่อสังคม

(4) แผนงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

(4.1) สคบ. มีการขับเคลื่อนภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในระดับประเทศและระดับองค์กร

(4.1) สคบ. มีการวางแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนปฏิบัติการที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ

ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

4) โครงการสำคัญ

(1) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบภายใน

(2) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการพัฒนาระบบบริหารราชการและบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม

(3) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานรับเรื่องราวร้องทุกข์

(4) โครงการหลักสูตรพัฒนาศักยภาพบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

(5) โครงการอบรมบุคลากรในหลักสูตรที่จัดโดยหน่วยงานภายนอก

(6) โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

(7) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานกองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

3.3 ประมาณการวงเงินงบประมาณ พ.ศ. 2570 ทั้งหมด 73,959,200 บาท

(แผนงานพื้นฐาน/ แผนงานยุทธศาสตร์/ แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล/ แผนงานบูรณาการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ)

ตารางแสดงความสอดคล้องระหว่างโครงการกับแผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. 2570 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ระดับแนวทาง/ กลยุทธ์)

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ	หน่วยงานรับผิดชอบ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง
ประเด็นที่ 1 เรื่อง พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ							
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 1 การพัฒนามาตรการ แนวทาง และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ให้เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน	ตัวชี้วัด 1.1.1 จำนวน กฎหมายที่ได้รับการ พัฒนา ปรับปรุง แก้ไข เพื่อการปฏิรูปด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค	5 ฉบับ	(1) กองกฎหมาย และคดี (2) กองนโยบาย และยุทธศาสตร์การ คุ้มครองผู้บริโภค	โครงการพัฒนากฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	4,880,000	กนย.	แผนงานพัฒนากฎหมาย คุ้มครองผู้บริโภค
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 2 การพัฒนากลไกการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยให้มี ประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด 1.2.1 ร้อยละที่ เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือ บริการหรือสถาน ประกอบการที่ได้รับการ ตรวจสอบ	ร้อยละ 20	(1-4) กองคุ้มครอง ผู้บริโภค 1 – 4 (5) กองคุ้มครอง ผู้บริโภคส่วน ภูมิภาคและส่วน ท้องถิ่น (6) กนย.	1. *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์ และเฝ้าระวังตรวจสอบโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ	1,260,000	กองคุ้มครอง ผู้บริโภค 1	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย
				2. *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์ และเฝ้าระวังตรวจสอบสินค้าและบริการ	1,080,000	กองคุ้มครอง ผู้บริโภค 2	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย
				3. โครงการเสริมสร้างประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค	2,105,600	กนย.	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย
	ตัวชี้วัด 1.2.2 ระดับ ความสำเร็จของการ พัฒนากระบวนการแจ้ง เบาะแสของ สคบ.	ระดับ 5	(1) กองนโยบาย และยุทธศาสตร์การ คุ้มครองผู้บริโภค (2) กลุ่มพัฒนา ระบบบริหาร (3-6) กองคุ้มครอง ผู้บริโภค 1 – 4 (7) ศูนย์รับเรื่องราว ร้องทุกข์ผู้บริโภค	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	กองคุ้มครอง ผู้บริโภค 1 - 4	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย
				1. *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์ และเฝ้าระวังตรวจสอบโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ	(โครงการซ้ำ)	กองคุ้มครอง ผู้บริโภค 1	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย
				2. *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์ และเฝ้าระวังตรวจสอบสินค้าและบริการ	(โครงการซ้ำ)	กองคุ้มครอง ผู้บริโภค 2	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย
	ตัวชี้วัด 1.2.3 จำนวนการ ลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ ประกอบธุรกิจตาม พระราชบัญญัติคุ้มครอง	จำนวน 50 ครั้ง	(1-4) กองคุ้มครอง ผู้บริโภค 1 - 4 (5) กองคุ้มครอง ผู้บริโภคส่วน ภูมิภาคและท้องถิ่น	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	(1-4) กองคุ้มครอง ผู้บริโภค 1 - 4 (5) กองคุ้มครอง ผู้บริโภคส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ	หน่วยงานรับผิดชอบ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง
	ผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง		(6) กนย.	1. *โครงการเสริมสร้างประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	(โครงการซ้ำ)	กนย.	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย
				2.*โครงการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค	(โครงการซ้ำ)	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
	ตัวชี้วัด 1.2.4 ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเฝ้าระวังตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย	ระดับ 5	กองคุ้มครองผู้บริโภค 1 - 4	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	กองคุ้มครองผู้บริโภค 1 - 4	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 3 ยกระดับกระบวนการบริหารจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ให้มีความรวดเร็วและเป็นธรรม	ตัวชี้วัด 1.3.1 ร้อยละของเรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาลงได้ข้อยุติ	ร้อยละ 72	กองกฎหมายและคดี/กองคุ้มครองผู้บริโภค 1 - 4	1. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานกองกฎหมายและคดี	1,440,000	กกค.	แผนงานพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
				2. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพปฏิบัติงานด้านอสังหาริมทรัพย์	1,080,000	กองคุ้มครองผู้บริโภค 3	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย
				3. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	3,060,000	กองคุ้มครองผู้บริโภค 4	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย
				4. *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์และเฝ้าระวังตรวจสอบโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ	(โครงการซ้ำ)	กองคุ้มครองผู้บริโภค 1	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย
				5. *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์และเฝ้าระวังตรวจสอบสินค้าและบริการ	(โครงการซ้ำ)	กองคุ้มครองผู้บริโภค 2	แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย
	ตัวชี้วัด 1.3.2 ร้อยละความสำเร็จของการเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน	ร้อยละ 80	กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	*โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความร่วมมือกับต่างประเทศ	540,000	กองนโยบายฯ (ส่วน ตปท.)	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 4 ขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด 1.4.1 จำนวนแนวทาง/มาตรการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ	2 แนวทาง/มาตรการ	กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	1. โครงการพัฒนาความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ	6,510,700	กองนโยบายฯ (ส่วน ตปท.)	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ
				2. *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความร่วมมือกับต่างประเทศ	(โครงการซ้ำ)	กองนโยบายฯ (ส่วน ตปท.)	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ	หน่วยงานรับผิดชอบ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง
	ตัวชี้วัด 1.4.2 ความสำเร็จในการสร้างความตกลงร่วมมือระหว่างประเทศ	ไม่น้อยกว่า 2 ประเทศ	กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	1. *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความร่วมมือกับต่างประเทศ	(โครงการซ้ำ)	กองนโยบายฯ (ส่วน ตปท.)	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ
				การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	กองนโยบายฯ (ส่วน ตปท.)	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ
ประเด็นที่ 2 เรื่อง บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง							
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 1 ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	ตัวชี้วัด 2.1.1 ร้อยละความรู้ความเข้าใจในแนวทางการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	ร้อยละ 70	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น	*โครงการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค	(โครงการซ้ำ)	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
				การดำเนินงานตามภารกิจประจำ		กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
	ตัวชี้วัด 2.1.2 ระดับความสำเร็จของการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	ระดับ 5	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น	1. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด 76 จังหวัด	27,360,000	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
				2. โครงการเอนกจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	4,982,000	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
				3. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค เขต 1 - 9	5,400,000	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
				4.*โครงการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค	1,900,700	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
				5. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค เขต 1-9 (ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ และค่าสาธารณูปโภค)	180,000	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 2 ผลักดันให้ภาคีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด 2.2.1 จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ	1 นโยบาย	กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	โครงการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	1,874,500	กองนโยบายฯ	แผนงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่ได้รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ	หน่วยงานรับผิดชอบ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง
	ตัวชี้วัด 2.2.2 ร้อยละของเครือข่ายคุ่มครองผู้บริโภครที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด	ร้อยละ 70	กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร	*โครงการสานพลังเครือข่ายคุ่มครองผู้บริโภค (G-Agent Awards)	369,400	กองพัฒนาศักยภาพฯ	แผนงานเครือข่ายคุ่มครองผู้บริโภค
	ตัวชี้วัด 2.2.3 ระดับความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรคุ่มครองผู้บริโภคคุณภาพ	ระดับ 5	กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร	*โครงการสานพลังเครือข่ายคุ่มครองผู้บริโภค (G-Agent Awards)	(โครงการซ้ำ)	กองพัฒนาศักยภาพฯ	แผนงานเครือข่ายคุ่มครองผู้บริโภค
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 3 การส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบการธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ่มครองผู้บริโภค	ตัวชี้วัด 2.3.1 จำนวนแนวทาง/มาตรการด้านการคุ่มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจ	4 แนวทาง/มาตรการ	กองคุ่มครองผู้บริโภค 1 - 4	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ		กองคุ่มครองผู้บริโภค 1 - 4	แผนงานเครือข่ายคุ่มครองผู้บริโภค
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 4 สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง	ตัวชี้วัด 2.4.2 ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	ระดับ 5	กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	360,000	กองพัฒนาศักยภาพฯ	แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
	ตัวชี้วัด 2.4.3 ร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ่มครองผู้บริโภคของประชาชน	ร้อยละ 82	กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร	*โครงการวันคุ่มครองผู้บริโภคไทย 2570	1,744,600	กองพัฒนาศักยภาพฯ	แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
	ตัวชี้วัด 2.4.4 ร้อยละของประชาชนที่มีพฤติกรรมการใช้สิทธิของผู้บริโภค	ร้อยละ 82	กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร	*โครงการวันคุ่มครองผู้บริโภคไทย 2570	(โครงการซ้ำ)	กองพัฒนาศักยภาพฯ	แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่ได้รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ	หน่วยงานรับผิดชอบ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง
ประเด็นที่ 3 เรื่อง ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง							
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 1 การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย	ตัวชี้วัด 3.1.1 ร้อยละของกระบวนการบริการที่ได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัล	ร้อยละ 90	กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร/กลุ่มตรวจสอบภายใน	1. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบภายใน	180,000	กตส.	แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ
				2. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการพัฒนาระบบบริหารราชการและบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม	360,000	กพบ.	แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ
	ตัวชี้วัด 3.1.2 ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ 3	กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	กองนโยบายฯ (ส่วนเทคโนโลยีฯ)	แผนงานดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
	ตัวชี้วัด 3.1.3 ร้อยละความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ สคบ.	ร้อยละ 90	สำนักงานเลขานุการกรม/กองนโยบายฯ	1. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานรับเรื่องราวร้องทุกข์	3,432,000	สลก. (ศูนย์รับเรื่อง)	แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ
	ตัวชี้วัด 3.1.4 ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	ร้อยละ 75	กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	กองนโยบายฯ (ส่วนเทคโนโลยีฯ)	แผนงานดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 2 การบริหารและพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีสมรรถนะสูงพร้อมกับเป็นคนดี คนเก่ง และมีความผาสุก	ตัวชี้วัด 3.2.1 ระดับความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรบุคคล	ระดับ 5	สำนักงานเลขานุการกรม	*โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานเลขานุการกรม	1,566,000	สลก.	แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคล
	ตัวชี้วัด 3.2.2 ร้อยละของบุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด	ร้อยละ 95	สำนักงานเลขานุการกรม	1. โครงการหลักสูตรพัฒนาศักยภาพบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2570	332,100	สลก. (ส่วนพัฒนาฯ)	แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคล
				2. โครงการอบรมบุคลากรในหลักสูตรที่จัดโดยหน่วยงานภายนอก	495,000	สลก. (ส่วนพัฒนาฯ)	แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคล

ประเด็น/ แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่ได้รับผิดชอบ	โครงการที่สนับสนุน	งบประมาณ	หน่วยงานรับผิดชอบ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง
				3. *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานเลขานุการกรม	(โครงการซ้ำ)	สกก.	แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคล
	ตัวชี้วัด 3.2.3 ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กร	ร้อยละ 80	สำนักงานเลขานุการกรม	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	สกก. (ส่วนพัฒนาฯ)	แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคล
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 3 การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ตัวชี้วัด 3.3.1 ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569	ร้อยละ 80	กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	386,600	กองนโยบายฯ (ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์)	แผนงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค
	ตัวชี้วัด 3.3.2 ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการ รายปี ของ สคบ.	ร้อยละ 90	กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	1. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานกองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	1,080,000	กองนโยบายฯ (ส่วนวิชาการฯ)	แผนงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค
				2. *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานเลขานุการกรม	(โครงการซ้ำ)	สกก. (ส่วนบริหารฯ)	แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ
	ตัวชี้วัด 3.3.3 ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร	ระดับ 5	กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	การดำเนินงานตามภารกิจประจำ	-	กองนโยบายฯ (ส่วนวิชาการฯ)	แผนงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค
รวม					73,959,200		

หมายเหตุ: * และ (โครงการซ้ำ) หมายถึง เป็นโครงการที่ผลผลิตหรือผลลัพธ์ของโครงการสอดคล้องมากกว่า 1 ตัวชี้วัด โดยจะปรากฏจำนวนงบประมาณเพียงทีเดียว

แผนการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณ โครงการ/กิจกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

กระทรวง สำนักงานรัฐมนตรี
ส่วนราชการ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ	งบประมาณปี 2570	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	วิธีการดำเนินการ		ระยะเวลาดำเนินการและเบิกจ่าย															
					ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	แผนเงิน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	แผนเงิน	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	แผนเงิน	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	แผนเงิน
รวมทั้งสิ้น	73,959,200	ทุกสำนัก/กอง/กลุ่มงาน	ดำเนินการเอง	จัดจ้าง	4,016,500	4,080,400	17,316,000	25,412,900	4,150,600	5,895,200	8,325,000	18,370,800	4,016,500	6,346,100	6,241,100	16,603,700	5,493,800	4,016,500	4,061,500	13,571,800
แผนงานพื้นฐานด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ	827,100	สลก.	✓			63,900	123,900	187,800	134,100	134,100	123,700	391,900			123,700	123,700	123,700			123,700
งบดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการอบรมสัมมนาและฝึกอบรม	827,100	สลก.	✓			63,900	123,900	187,800	134,100	134,100	123,700	391,900			123,700	123,700	123,700			123,700
1. โครงการอบรมบุคลากรในหลักสูตรที่จัดโดยหน่วยงานภายนอก	495,000	สลก.	✓				123,900	123,900			123,700	123,700			123,700	123,700	123,700.0			123,700
2. โครงการหลักสูตรพัฒนาศักยภาพบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2570	332,100	สลก.	✓			63,900		63,900	134,100	134,100		268,200								

แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ	งบประมาณปี 2570	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	วิธีการดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการและเบิกจ่าย											
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	แผนเงิน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	แผนเงิน	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	แผนเงิน
แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม	73,132,100	ทุกสำนัก/กอง/กลุ่มงาน		4,016,500	4,016,500	17,192,100	25,225,100	4,016,500	5,761,100	8,201,300	17,978,900	4,016,500	6,346,100	6,117,400	16,480,000
งบรายจ่ายอื่น	73,132,100	ทุกสำนัก/กอง/กลุ่มงาน		4,016,500	4,016,500	17,192,100	25,225,100	4,016,500	5,761,100	8,201,300	17,978,900	4,016,500	6,346,100	6,117,400	16,480,000
1. ค่าใช้จ่ายแผนงานพัฒนากฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	4,880,000	กนย.	✓			2,388,400	2,388,400		745,200	745,200				1,228,000	1,228,000
โครงการพัฒนากฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	4,880,000	กนย.	✓			2,388,400	2,388,400		745,200	745,200				1,228,000	1,228,000
2. ค่าใช้จ่ายสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด 76 จังหวัด	32,342,000	กภท.	✓	✓	2,280,000	2,280,000	11,822,000	2,280,000	2,280,000	2,280,000	6,840,000	2,280,000	2,280,000	2,280,000	6,840,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสนับสนุนการดำเนินงานของ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด 76 จังหวัด (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 152 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	27,360,000	กภท.	✓	✓	2,280,000	2,280,000	6,840,000	2,280,000	2,280,000	2,280,000	6,840,000	2,280,000	2,280,000	2,280,000	6,840,000
โครงการโอนจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค	4,982,000	กภท.	✓			4,982,000									

แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ	งบประมาณปี 2570	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	วิธีการดำเนินการ		ระยะเวลาดำเนินการและเบิกจ่าย															
					ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	แผนเงิน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	แผนเงิน	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	แผนเงิน	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
3. ค่าใช้จ่ายสนับสนุนการดำเนินการจัดการกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดและท้องถิ่น	6,120,000	กภท. / กนย.	✓	✓	450,000	450,000	1,035,000	1,935,000	450,000	450,000	495,000	1,395,000	450,000	450,000	495,000	1,395,000	450,000	450,000	495,000	
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค เขต 1-9 (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 30 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	5,400,000	กภท.		✓	450,000	450,000	450,000	1,350,000	450,000	450,000	450,000	1,350,000	450,000	450,000	450,000	1,350,000	450,000	450,000	450,000	
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค เขต 1-9 (ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ และค่าสาธารณูปโภค)	180,000	กภท.	✓				45,000	45,000			45,000	45,000			45,000	45,000		45,000	45,000	
*โครงการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	540,000	กนย.	✓	✓			540,000	540,000												
4. ค่าใช้จ่ายสร้างเครือข่ายเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิ	669,400	กพส. / กนย.	✓	✓			669,400	669,400												
โครงการ "สานพลังเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค" (G-Agent Awards)	369,400	กพส.	✓				369,400	369,400												
*โครงการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	300,000	กนย.	✓	✓			300,000	300,000												

แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ	งบประมาณปี 2570	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	วิธีการดำเนินการ		ระยะเวลาดำเนินการและเบิกจ่าย															
					ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	แผนเงิน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	แผนเงิน	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	แผนเงิน	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	แผนเงิน
5. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมประสิทธิภาพกลไกในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์สูงสุด	2,425,500	กตส. / กพบ. / สลก. / กนย.	✓	✓	175,500	175,500	450,000	801,000	175,500	175,500	175,500	526,500	175,500	175,500	175,500	526,500	175,500	175,500	220,500	571,500
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบภายใน (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 1 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	180,000	กตส.		✓	15,000	15,000	15,000	45,000	15,000	15,000	15,000	45,000	15,000	15,000	15,000	45,000	15,000	15,000	15,000	45,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการพัฒนาระบบบริหารราชการและบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 2 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	360,000	กพบ.		✓	30,000	30,000	30,000	90,000	30,000	30,000	30,000	90,000	30,000	30,000	30,000	90,000	30,000	30,000	30,000	90,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานเลขานุการกรม (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 8 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน) (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 1 คน (คนพิการ) * 10,500 บาท * 12 เดือน)	1,566,000	สลก.		✓	130,500	130,500	130,500	391,500	130,500	130,500	130,500	391,500	130,500	130,500	130,500	391,500	130,500	130,500	130,500	391,500
*โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความร่วมมือกับต่างประเทศ (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 3 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	45,000	กนย.		✓															45,000	45,000
โครงการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	274,500	กนย.	✓	✓		274,500	274,500													

แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ	งบประมาณปี 2570	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	วิธีการดำเนินการ		ระยะเวลาดำเนินการและเบิกจ่าย															
					ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	แผนเงิน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	แผนเงิน	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	แผนเงิน	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
6. ค่าใช้จ่ายพัฒนาคุณภาพการให้บริการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค	3,652,000	สลก. / กนย.	✓	✓	286,000	286,000	506,000	1,078,000	286,000	286,000	286,000	858,000	286,000	286,000	286,000	858,000	286,000	286,000	286,000	858,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานเรื่องราวร้องทุกข์ (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 18 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน) (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 1 คน * 16,000 บาท * 12 เดือน)	3,432,000	สลก.		✓	286,000	286,000	286,000	858,000	286,000	286,000	286,000	858,000	286,000	286,000	286,000	858,000	286,000	286,000	286,000	858,000
*โครงการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	220,000	กนย.	✓	✓			220,000	220,000												
7. ค่าใช้จ่ายเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคแก่ประชาชน	8,344,600	กค. 4 / กค. 3 / กกค. / กนย. / กพส.		✓	585,000	585,000	585,000	1,755,000	585,000	2,329,600	585,000	3,499,600	585,000	585,000	585,000	1,755,000	585,000	420,000	330,000	1,335,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 17 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	2,640,000	กค. 4		✓	255,000	255,000	255,000	765,000	255,000	255,000	255,000	765,000	255,000	255,000	255,000	765,000	255,000	90,000		345,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านอสังหาริมทรัพย์ (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 6 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	1,080,000	กค. 3		✓	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	90,000	90,000	270,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานกองกฎหมายและคดี (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 8 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	1,440,000	กกค.		✓	120,000	120,000	120,000	360,000	120,000	120,000	120,000	360,000	120,000	120,000	120,000	360,000	120,000	120,000	120,000	360,000

แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ	งบประมาณปี 2570	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	วิธีการดำเนินการ		ระยะเวลาดำเนินการและเบิกจ่าย															
					ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	แผนเงิน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	แผนเงิน	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	แผนเงิน	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	แผนเงิน
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานกองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 6 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	1,080,000	กนย.		✓	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	90,000	90,000	270,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 2 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	360,000	กพส.		✓	30,000	30,000	30,000	90,000	30,000	30,000	30,000	90,000	30,000	30,000	30,000	90,000	30,000	30,000	30,000	90,000
โครงการวันคุ้มครองผู้บริโภคไทย	1,744,600	กพส.		✓						1,744,600		1,744,600								
8. ค่าใช้จ่ายผลักดันการกำหนดความรับผิดชอบให้ผู้ประกอบธุรกิจมีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	1,650,000	กค. 1 / กนย.	✓	✓	105,000	105,000	495,000	705,000	105,000	105,000	105,000	315,000	105,000	105,000	105,000	315,000	105,000	105,000	105,000	315,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์และเฝ้าระวังตรวจสอบโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 7 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	1,260,000	กค. 1		✓	105,000	105,000	105,000	315,000	105,000	105,000	105,000	315,000	105,000	105,000	105,000	315,000	105,000	105,000	105,000	315,000
*โครงการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	390,000	กนย.	✓	✓			390,000	390,000												

แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ	งบประมาณปี 2570	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	วิธีการดำเนินการ		ระยะเวลาดำเนินการและเบิกจ่าย															
					ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	แผนเงิน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	แผนเงิน	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	แผนเงิน	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	แผนเงิน
9. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระดับสากล	495,000	กนย.		✓	45,000	45,000	45,000	135,000	45,000	45,000	45,000	135,000	45,000	45,000	45,000	135,000	45,000	45,000		90,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความร่วมมือกับต่างประเทศ (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 3 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	495,000	กนย.		✓	45,000	45,000	45,000	135,000	45,000	45,000	45,000	135,000	45,000	45,000	45,000	135,000	45,000	45,000		90,000
10. ค่าใช้จ่ายเฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าที่ไม่ปลอดภัย	1,650,000	กค. 2 / กค. 4 / กนย.	✓	✓	90,000	90,000	240,000	420,000	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	255,000	345,000	690,000
โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการรับเรื่องร้องทุกข์และเฝ้า ระวังตรวจสอบสินค้าและบริการ (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 10 คน * 15,000 บาท * 5 เดือน) (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 6 คน * 15,000 บาท * 7 เดือน)	1,080,000	กค. 2		✓	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	90,000	90,000	270,000	90,000	90,000	90,000	270,000
*โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการประกอบธุรกิจขายตรงและ ตลาดแบบตรง (จ้างเหมาพนักงานบริการ จำนวน 17 คน * 15,000 บาท * 12 เดือน)	420,000	กค. 4		✓														165,000	255,000	420,000
*โครงการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	150,000	กนย.	✓	✓			150,000	150,000												

แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ	งบประมาณปี 2570	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	วิธีการดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการและเบิกจ่าย																
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	แผนเงิน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	แผนเงิน	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	แผนเงิน	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	แผนเงิน	
11. ค่าใช้จ่ายการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	386,600	กนย.	✓								298,000	298,000			88,600	88,600				
โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	386,600	กนย.	✓								298,000	298,000			88,600	88,600				
12. ค่าใช้จ่ายการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค	1,900,700	กกท.	✓				430,000	430,000			1,040,700	1,040,700			430,000	430,000				
โครงการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค	1,900,700	กกท.	✓				430,000	430,000			1,040,700	1,040,700			430,000	430,000				
13. ค่าใช้จ่ายพัฒนาความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ	6,510,700	กนย.	✓				2,218,500	2,218,500			1,341,900	1,341,900		2,329,600		2,329,600	620,700			620,700
โครงการพัฒนาความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ	6,510,700	กนย.	✓				2,218,500	2,218,500			1,341,900	1,341,900		2,329,600		2,329,600	620,700			620,700
14. ค่าใช้จ่ายเสริมสร้างประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	2,105,600	กนย.	✓				867,800	867,800			714,000	714,000			309,300	309,300	214,500			214,500.0
โครงการเสริมสร้างประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	2,105,600	กนย.	✓				867,800	867,800			714,000	714,000			309,300	309,300	214,500			214,500.0

ประโยชน์ที่ได้รับจากแผนปฏิบัติการ รายปี พ.ศ. 2570 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ประชาชน

- มีความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก สคบ. มีแนวทางการตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย ควบคู่กับมีการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- มั่นใจว่าจะได้รับความเป็นธรรมอย่างเสมอภาคตามกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีมาตรฐานในระดับสากล
- ได้รับการบริการที่ดี ทั้งในเรื่องการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนได้อย่างสะดวก รวมถึงการให้บริการด้านอื่นด้วย
- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค และรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการแจ้งเตือนภัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

หน่วยงานของรัฐ

- สามารถสนองตอบความต้องการหรือจัดการปัญหาให้แก่ประชาชนได้รวดเร็วยิ่งขึ้น จากการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนฐานข้อมูลร่วมกัน
- มีแนวทางและเป้าหมายในการร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายภาคประชาสังคมที่ชัดเจน เพื่อให้ประชาชนทั้งในส่วน กลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจและความเข้มแข็งในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคของตนเอง

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

- มีแนวทางการดำเนินงานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน และสอดคล้องต่อนโยบายรัฐบาลได้อย่างชัดเจน
- มีเป้าหมายและเหตุผลในการขอรับการจัดสรรงบประมาณที่เพิ่มมากขึ้น ให้เพียงพอต่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน
- มีแนวทางในการบริหารจัดการองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเจ้าหน้าที่จะได้รับความพึงพอใจ และความผาสุกอันเกิดจากการรักษาสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ

การติดตามและการประเมินผล

เพื่อให้การดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. 2570 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นไปอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งการขับเคลื่อนการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้กำหนดรูปแบบและช่วงเวลาในการรายงานผลการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน ดังนี้

การจัดทำรายงานผล: หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดต้องรายงานผลการดำเนินงานตามที่กำหนด

การรายงานผล: หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดต้องรายงานผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกปี ซึ่งสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจะรวบรวมและจัดทำสรุปในภาพรวมขององค์กรเสนอให้ผู้บริหารทราบต่อไป

การประเมินผล: สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้แล้ว

ภาคผนวก

คำอธิบายรายละเอียดตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติการ รายปี พ.ศ. 2570 ของ สคบ.

แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ 1 เรื่อง พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ

แนวทาง (กลยุทธ์)/เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)		หน่วยงานที่รับผิดชอบ																
		2569	2570																	
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 1 การพัฒนามาตรการ แนวทาง และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เป้าหมาย : กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน	จำนวนกฎหมายที่ได้รับการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขเพื่อการปฏิรูปด้านการคุ้มครองผู้บริโภค <table border="1"><thead><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>6 ฉบับ</td><td>7 ฉบับ</td><td>9 ฉบับ</td></tr></tbody></table> <u>คำอธิบาย</u> โดยเป็นการวัดความสำเร็จของการทบทวน พัฒนา ปรับปรุง แก้ไขกฎหมายที่มีการนำเสนอฯ ไปยังสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี (สค.) และการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย ที่มีการเสนอรายงานต่อสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาเพื่อการปฏิรูปด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยดำเนินการทบทวนกฎหมายหรือปรับปรุงกฎหมายเดิม การจัดทำกฎหมายใหม่ และการรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับพระราชบัญญัติและกฎหมายลำดับรอง ตามแผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 - 2570 ทั้งนี้ ในระดับพระราชบัญญัติเป็นการปฏิรูปกฎหมายตามมาตรา 31 (Roadmap) กฎหมาย หมายถึง กฎหมายทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง ทั้งนี้ รวมถึง การกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค สำหรับในปีงบประมาณ 2569 - 2570 จะนับความสำเร็จตามกระบวนการขั้นตอนของกฎหมายที่กำหนดไว้ภายใต้แผนพัฒนากฎหมายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 - 2570 ประกอบด้วย (1) พระราชบัญญัติ จะนับความสำเร็จเป็นผลผลิตได้ เมื่อส่วนราชการได้นำร่างพระราชบัญญัติ ผ่านการรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องแล้ว และได้ส่งไปที่ สค. เพื่อเสนอต่อคณะรัฐมนตรี หรือกรณีการทบทวนและประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย จะนับความสำเร็จเป็นผลผลิตได้ เมื่อส่วนราชการเสนอรายงานต่อสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา (2) กฎกระทรวง จะนับความสำเร็จเป็นผลผลิต เมื่อได้จัดทำร่างกฎหมายเสร็จ และได้ส่งไปที่ สค. เพื่อเสนอต่อคณะรัฐมนตรี (3) ประกาศ /คำสั่ง/ ระเบียบ จะนับความสำเร็จเป็นผลผลิต เมื่อดำเนินการส่งหนังสือไปเพื่อขอลง “ประกาศ”ในราชกิจจานุเบกษา <u>วิธีการวัดผล</u> การนับจำนวน (Jennings) กฎหมายของ สคบ. ที่ได้รับการทบทวน พัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ตามแผนพัฒนากฎหมายของ สคบ. และเงื่อนไขตามคำอธิบายตัวชี้วัดข้างต้น (1) (2), (3)	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	6 ฉบับ	7 ฉบับ	9 ฉบับ	5 ฉบับ	5 ฉบับ	กองกฎหมายและคดี							
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)																				
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568																		
6 ฉบับ	7 ฉบับ	9 ฉบับ																		
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 2 การพัฒนากลไกการเฝ้าระวังตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยให้มีประสิทธิภาพ	1. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ <table border="1"><thead><tr><th colspan="4">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>การตรวจสอบ</th><th>พ.ศ. 2566</th><th>*พ.ศ. 2567</th><th>*พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>ด้านโฆษณา</td><td>1,388 ตัวอย่าง</td><td>780 ตัวอย่าง</td><td>827 ตัวอย่าง</td></tr><tr><td>ด้านสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่นๆ ทั่วไป</td><td>179 ราย, 7,663 ตัวอย่าง</td><td>114 ราย, 2,211 ตัวอย่าง</td><td>69 ราย, 1,064 ตัวอย่าง</td></tr></tbody></table>	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)				การตรวจสอบ	พ.ศ. 2566	*พ.ศ. 2567	*พ.ศ. 2568	ด้านโฆษณา	1,388 ตัวอย่าง	780 ตัวอย่าง	827 ตัวอย่าง	ด้านสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่นๆ ทั่วไป	179 ราย, 7,663 ตัวอย่าง	114 ราย, 2,211 ตัวอย่าง	69 ราย, 1,064 ตัวอย่าง	ร้อยละ 10	ร้อยละ 20	(1-4) กองคุ้มครองผู้บริโภค 1 - 4
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)																				
การตรวจสอบ	พ.ศ. 2566	*พ.ศ. 2567	*พ.ศ. 2568																	
ด้านโฆษณา	1,388 ตัวอย่าง	780 ตัวอย่าง	827 ตัวอย่าง																	
ด้านสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่นๆ ทั่วไป	179 ราย, 7,663 ตัวอย่าง	114 ราย, 2,211 ตัวอย่าง	69 ราย, 1,064 ตัวอย่าง																	

แนวทาง (กลยุทธ์)/เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)		หน่วยงานที่รับผิดชอบ												
		2569	2570													
เป้าหมาย : กลไกการเฝ้าระวังตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ	<table><tr><td>ด้านสัญญา</td><td>488 ราย</td><td>110 ราย</td><td>47 ราย</td></tr><tr><td>ด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง</td><td>7 ราย</td><td>10 ราย</td><td>21 ราย</td></tr><tr><td>รวม</td><td>674 ราย, 9,051 ตัวอย่าง</td><td>234 ราย, 2,991 ตัวอย่าง</td><td>137 ราย, 1,891 ตัวอย่าง</td></tr></table> หมายเหตุ: *ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 - 2568 สคบ. มีปริมาณการรับเรื่องและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการเร่งพัฒนาปรับปรุงกฎหมายสำคัญ ซึ่งเป็นสถานการณ์และปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ โดยต้องดำเนินการกิจดังกล่าวภายใต้ข้อจำกัดของจำนวนบุคลากรกลุ่มเดียวกัน จึงทำให้การตรวจสอบสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการของ สคบ. ลดน้อยลง <u>คำอธิบาย</u> สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ หมายถึง การตรวจสอบด้านโฆษณา ด้านฉลาก ด้านสัญญา ด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และด้านความปลอดภัย ตามหน้าที่และอำนาจให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และมีมาตรฐานมาตรการ กฎหมาย หรือข้อบังคับ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม และปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการตามสภาพและลักษณะการใช้งาน <u>วิธีการวัดผล</u> โดยการวัดผลจากจำนวนสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบในทุกช่องทางที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการลงพื้นที่ตรวจสอบพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจำนวนรายและจำนวนตัวอย่าง มีสูตรการคำนวณดังนี้ จำนวนสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบในปีปัจจุบัน จำนวนสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบในปีงบประมาณก่อนหน้า x 100	ด้านสัญญา	488 ราย	110 ราย	47 ราย	ด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	7 ราย	10 ราย	21 ราย	รวม	674 ราย, 9,051 ตัวอย่าง	234 ราย, 2,991 ตัวอย่าง	137 ราย, 1,891 ตัวอย่าง			(5) กองคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น
	ด้านสัญญา	488 ราย	110 ราย	47 ราย												
ด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	7 ราย	10 ราย	21 ราย													
รวม	674 ราย, 9,051 ตัวอย่าง	234 ราย, 2,991 ตัวอย่าง	137 ราย, 1,891 ตัวอย่าง													
	2. ระดับความสำเร็จของการพัฒนากระบวนการแจ้งเบาะแสของ สคบ. <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline) ข้อมูลการแจ้งเบาะแสจากระบบ OCPB Complaint นับตามปี พ.ศ. ณ วันที่ 24 ต.ค.68</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>จำนวน 458 เรื่อง / บันทึกดำเนินการ 158 เรื่อง</td><td>จำนวน 612 เรื่อง / บันทึกดำเนินการ 129 เรื่อง</td><td>จำนวน 1,131 เรื่อง / บันทึกดำเนินการ 198 เรื่อง</td></tr></table> <u>คำอธิบาย</u> กระบวนการแจ้งเบาะแสของ สคบ. หมายถึง ประชาชนทั่วไป หรือผู้บริโภค แจ้งให้หน่วยงานทราบถึงการกระทำที่เข้าข่ายเป็นการเอารัดเอาเปรียบหรือละเมิดสิทธิของผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการตรวจสอบและดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นธรรม ซึ่งไม่ถือเป็นการร้องทุกข์ที่ต้องเข้าสู่กระบวนการจัดการเรื่องร้องทุกข์ของ สคบ. แต่การแจ้งเบาะแสนำไปสู่การแก้ปัญหาการสืบหาข้อเท็จจริง หรือผลักดันเชิงนโยบายต่อไป <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ 1 รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแจ้งเบาะแสของ สคบ. ระดับ 2 ศึกษาข้อมูลการแจ้งเบาะแสของหน่วยงานอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ สคบ. ระดับ 3 พัฒนาระบวนการแจ้งเบาะแสของ สคบ. ระดับ 4 เสนอกระบวนการแจ้งเบาะแสดต่อเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ระดับ 5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการดำเนินการตามกระบวนการแจ้งเบาะแสสำเร็จ ร้อยละ 50	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline) ข้อมูลการแจ้งเบาะแสจากระบบ OCPB Complaint นับตามปี พ.ศ. ณ วันที่ 24 ต.ค.68			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	จำนวน 458 เรื่อง / บันทึกดำเนินการ 158 เรื่อง	จำนวน 612 เรื่อง / บันทึกดำเนินการ 129 เรื่อง	จำนวน 1,131 เรื่อง / บันทึกดำเนินการ 198 เรื่อง	ระดับ 4	ระดับ 5	(1) กองนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค (2) กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร (3-6) กองคุ้มครองผู้บริโภค 1 – 4 (7) ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ผู้บริโภค			
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline) ข้อมูลการแจ้งเบาะแสจากระบบ OCPB Complaint นับตามปี พ.ศ. ณ วันที่ 24 ต.ค.68																
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568														
จำนวน 458 เรื่อง / บันทึกดำเนินการ 158 เรื่อง	จำนวน 612 เรื่อง / บันทึกดำเนินการ 129 เรื่อง	จำนวน 1,131 เรื่อง / บันทึกดำเนินการ 198 เรื่อง														

แนวทาง (กลยุทธ์)/เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)		หน่วยงานที่									
		2569	2570	รับผิดชอบ									
	3. จำนวนการลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง	จำนวน 50 ครั้ง	จำนวน 50 ครั้ง	(1-4) กองคุ้มครองผู้บริโภค 1 - 4 (5) กองคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น									
	<table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr></table> <u>คำอธิบาย</u> การลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง หมายถึง การลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่นตามอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานภายใน สคบ. ซึ่งต้องมีการจัดทำแผนการลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น มีการระบุรายละเอียดพื้นที่ กฎหมายที่ใช้ในการลงตรวจ หน่วยงานที่รับผิดชอบ และมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษา วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค พร้อมจัดทำแนวทาง/มาตรการพัฒนาการตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจเสนอต่อผู้บริหาร <u>วิธีการวัดผล</u> จำนวนการลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องในแต่ละปีงบประมาณ				ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	-	-	-
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
-	-	-											
	4. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย	ระดับ 4	ระดับ 5	หน่วยงานหลัก : กองคุ้มครองผู้บริโภค 1 – 4 หน่วยงานสนับสนุน : ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ									
	<table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>ระดับ 2</td><td>ระดับ 3</td><td>ระดับ 3</td></tr></table> <u>คำอธิบาย</u> ศึกษาวิเคราะห์กระบวนการ/ขั้นตอน/วิธีการ/รูปแบบการเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัยจากข้อมูลที่ได้รับการแจ้งเบาะแส เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบการแจ้งเบาะแสด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ 1 มีการรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลการเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัยจากข้อมูลที่ได้รับการแจ้งเบาะแส ระดับ 2 มีการพัฒนาระบบการแจ้งเบาะแส ระดับ 3 มีการพัฒนาระบบการเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย หรือส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องตามภารกิจ ระดับ 4 มีการเชื่อมโยงข้อมูลการแจ้งเบาะแส การเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัยกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ระดับ 5 มีการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้จากระบบการแจ้งเบาะแส การเฝ้าระวัง ตรวจสอบและแจ้งเตือนภัย	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับ 3			
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับ 3											

แนวทาง (กลยุทธ์)/เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)		หน่วยงานที่									
		2569	2570	รับผิดชอบ									
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 3 ยกระดับกระบวนการบริหารจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ให้มีความรวดเร็วและเป็นธรรม	1. ร้อยละของเรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหานั้นได้ข้อยุติ <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>ร้อยละ 68.65</td><td>ร้อยละ 69.46</td><td>ร้อยละ 71.37</td></tr></table> คำอธิบาย เรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหานั้นได้ข้อยุติ คือ การแก้ไขปัญหาร้องร้องทุกข์ในปัจจุบันและอดีตที่ได้รับจนได้ข้อยุติ ตามนิยามดังนี้ (1) เรื่องที่เจ้าหน้าที่ดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยจนได้ข้อยุติหรือสำเร็จ (2) เรื่องที่คณะกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยจนได้ข้อยุติหรือสำเร็จ และ (3) เรื่องที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแล้วมีมติให้ยุติเรื่องหรือสั่งฟ้องดำเนินคดี วิธีการวัดผล *ทั้งนี้ ค่าเป้าหมายเป็นไปตามที่สำนักงาน กพร. กำหนด ค่าเฉลี่ยร้อยละการแก้ไขปัญหานั้นได้ข้อยุติ (เรื่องคงค้าง และเรื่องรับใหม่) โดยค่าเป้าหมาย เป็นไปตามที่สำนักงาน กพร. กำหนด	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ร้อยละ 68.65	ร้อยละ 69.46	ร้อยละ 71.37	ร้อยละ 70	ร้อยละ 72	(1) กองกฎหมายและคดี (2-5) กองคุ้มครองผู้บริโภค 1 – 4 (6) กองคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ร้อยละ 68.65	ร้อยละ 69.46	ร้อยละ 71.37											
เป้าหมาย : กระบวนการบริหารจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ที่รวดเร็วและเป็นธรรม	2. ร้อยละความสำเร็จของการเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr></table> คำอธิบาย การเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน หมายถึง การดำเนินการเยียวยาผู้บริโภคซึ่งเป็นไปตามบันทึกข้อตกลงหรือบันทึกความเข้าใจของแต่ละประเทศ โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้ (1) การจัดทำ Consent PDPA Form จากผู้บริโภคเพื่อส่งให้กับประเทศคู่เจรจา (2) จัดทำคำแปลเอกสาร คำร้อง และเอกสารประกอบการพิจารณาของผู้ร้องเป็นภาษาอังกฤษ/ภาษาจีน (3) นำคำร้องและเอกสารประกอบเข้าสู่ระบบการเยียวยาข้ามแดนของคู่เจรจา (4) ติดตามผลและแปลเอกสารแจ้งผลจากภาษาอังกฤษ/ภาษาจีนเป็นภาษาไทย (5) แจ้งผลให้ฝ่ายไทยทราบ เพื่อเข้าสู่กระบวนการเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดนสำเร็จ วิธีการวัดผล จำนวนเรื่องที่ดำเนินการตามกระบวนการเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดนสำเร็จ (เรื่อง) จำนวนเรื่องที่เข้าสู่กระบวนการเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดนทั้งหมด (เรื่อง) × 100	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	-	-	-	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	กองนโยบายและยุทธศาสตร์ ๓ (ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ)
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
-	-	-											

แนวทาง (กลยุทธ์)/เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)		หน่วยงานที่									
		2569	2570	รับผิดชอบ									
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 4 ขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ	1. จำนวนแนวทาง/มาตรการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>5 แนวทาง/มาตรการ</td><td>0 แนวทาง/มาตรการ</td><td>3 แนวทาง/มาตรการ</td></tr></table> คำอธิบาย แนวทาง/มาตรการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ คือ แนวทาง/มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือหรือแนวทาง/มาตรการที่เป็นไปตามข้อตกลงระหว่างประเทศ วิธีการวัดผล *เงื่อนไขความสำเร็จขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปหรือเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ วัดจากความสำเร็จในการจัดทำบันทึกความเข้าใจ/ บันทึกข้อตกลง/ ร่างข้อบัตด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานต่างประเทศ	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	5 แนวทาง/มาตรการ	0 แนวทาง/มาตรการ	3 แนวทาง/มาตรการ	2 แนวทาง/มาตรการ	2 แนวทาง/มาตรการ	กองนโยบายและยุทธศาสตร์ฯ (ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ)
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
5 แนวทาง/มาตรการ	0 แนวทาง/มาตรการ	3 แนวทาง/มาตรการ											
เป้าหมาย : กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพ	2. ความสำเร็จในการสร้างความตกลงร่วมมือระหว่างประเทศ <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>5 ประเทศ</td><td>0 ประเทศ</td><td>5 ประเทศ</td></tr></table> คำอธิบาย การสร้างความตกลงร่วมมือระหว่างประเทศ หมายถึง การเจรจาภายใต้กรอบการค้าเสรีระหว่างประเทศหรือการตกลงระดับทวิภาคี และสามารถดำเนินการได้สำเร็จ โดยต้องมีรายงานหรือบันทึกการประชุมการสร้างความตกลงร่วมมือระหว่างประเทศเป็นลายลักษณ์อักษร วิธีการวัดผล *เงื่อนไขความสำเร็จขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปหรือเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ จำนวนประเทศที่สามารถสร้างความตกลงร่วมมือระหว่างประเทศได้สำเร็จ	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	5 ประเทศ	0 ประเทศ	5 ประเทศ	ไม่น้อยกว่า 2 ประเทศ	ไม่น้อยกว่า 2 ประเทศ	กองนโยบายและยุทธศาสตร์ฯ (ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ)
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
5 ประเทศ	0 ประเทศ	5 ประเทศ											

แผนปฏิบัติราชการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ 2 เรื่อง บูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานที่รับผิดชอบ									
		2569	2570										
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 1 ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	1. ร้อยละความรู้ความเข้าใจในแนวทางการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	ร้อยละ 60	ร้อยละ 70	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น									
เป้าหมาย : การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นมีผลสัมฤทธิ์	<table border="1"><thead><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr></tbody></table> คำอธิบาย โดยเป็นการสำรวจการรับรู้แนวทางการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ประกอบด้วย เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ (กทม. และเมืองพัทยา) รวมทั้งสิ้น 7,774 แห่ง (กลุ่มเป้าหมาย 4 ภาค ภาคละ 500 ชุด รวมทั้งสิ้น 2,000 ชุด) ขั้นตอนการดำเนินงาน (1) ขั้นตอนเตรียมการวิจัยเชิงสำรวจ (2) ขั้นตอนออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (3) ขั้นตอนดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (4) ขั้นตอนเสนอผลการวิจัยเชิงสำรวจ วิธีการวัดผล รายงานผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจในแนวทางการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	-	-	-			
	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)												
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
-	-	-											
	2. ระดับความสำเร็จของการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	ระดับ 5	ระดับ 5	กองคุ้มครองผู้บริโภคส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น									
	<table border="1"><thead><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr></tbody></table> คำอธิบาย การขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น หมายถึง การดำเนินงานโครงการหรือกิจกรรมภายใต้แผนขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และกำกับติดตามการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งการดำเนินการตามคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะอนุกรรมการในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น และคณะกรรมการ/คณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้ภารกิจที่สำคัญ ได้แก่ 1) การรับเรื่องและแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ผู้บริโภค 2) การบังคับใช้กฎหมาย 3) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ 4) การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วนให้มีความเข้มแข็ง	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	-	-	-			
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
-	-	-											

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานที่รับผิดชอบ									
		2569	2570										
	<u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ 1 จัดทำแผนการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นประจำปี โดยกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานแต่ละปีให้มีความชัดเจน ระดับ 2 มีการชี้แจงหรือถ่ายทอดแผนการขับเคลื่อนฯ แก่ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อรับทราบและให้การปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ระดับ 3 มีการดำเนินการตามแผนการขับเคลื่อนฯ ตามเป้าหมายที่กำหนด ระดับ 4 ดำเนินการติดตามการขับเคลื่อนโครงการและกิจกรรม ภายใต้แผนขับเคลื่อนฯ ทุกไตรมาส ระดับ 5 จัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามแผนการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นประจำปี												
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 2 ผลักดันให้ภาคีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>2 นโยบาย</td><td>2 นโยบาย</td><td>3 นโยบาย</td></tr></table> <u>คำอธิบาย</u> นโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายความว่ารวมถึง นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่ สคบ. เป็นเจ้าภาพเอง หรือที่ สคบ. ร่วมดำเนินการกับหน่วยงานอื่น <u>วิธีการวัดผล</u> ความสำเร็จของการขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	2 นโยบาย	2 นโยบาย	3 นโยบาย	1 นโยบาย	1 นโยบาย	กองนโยบายและยุทธศาสตร์ฯ (ส่วนนโยบายฯ)
	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)												
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
2 นโยบาย	2 นโยบาย	3 นโยบาย											
เป้าหมาย : เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	2. ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>ร้อยละ 51.98</td><td>ร้อยละ 41.85</td><td>ร้อยละ 100</td></tr></table> <u>คำอธิบาย</u> 1) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่มีการรวมกลุ่มโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จากภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ เครือข่ายภาคประชาสังคม เครือข่ายภาคผู้ประกอบการธุรกิจ เครือข่ายภาครัฐ เครือข่ายภาคสถานศึกษา เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ 2) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ เครือข่ายฯ ที่มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์การดำเนินงานของภาคีเครือข่ายแต่ละภาคส่วน โดยการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ (1) เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ หรือจัดการรณรงค์ให้ความรู้ (2) การเฝ้าระวัง สอดส่องและตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจ และ (3) การให้คำปรึกษา รับเรื่องราวร้องทุกข์ ช่วยเหลือ และ (4) การประสานงานหน่วยงานภาครัฐ <u>วิธีการวัดผล</u> ค่าเฉลี่ยร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามเกณฑ์ที่กำหนด <u>เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามเกณฑ์ที่กำหนด</u> × 100 เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมด	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ร้อยละ 51.98	ร้อยละ 41.85	ร้อยละ 100	ร้อยละ 65	ร้อยละ 70	กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ร้อยละ 51.98	ร้อยละ 41.85	ร้อยละ 100											

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานที่รับผิดชอบ									
		2569	2570										
	3. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>8 องค์กร</td><td>12 องค์กร</td><td>3 องค์กร</td></tr></table> คำอธิบาย องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ หมายถึง เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคของ สคบ. ที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการดำเนินของเครือข่ายฯ ไปพร้อมกับการพัฒนาระเบียบ หลักเกณฑ์ กระบวนการรับรองคุณภาพ เครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการองค์กร รวมถึงการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคแต่ละประเภทเกิดแรงจูงใจและสามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ วิธีการวัดผล ระดับ 1 จัดทำแผนการพัฒนาองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ ประจำปี โดยกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานแต่ละปีให้มีความชัดเจน ระดับ 2 มีการชี้แจงหรือถ่ายทอดแผนการขับเคลื่อนฯ แก่ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อรับทราบและให้การปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ระดับ 3 ดำเนินกิจกรรมพัฒนาองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพตามแผนการพัฒนาฯ ระดับ 4 ดำเนินการประเมินองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพตามเป้าหมายแผนการพัฒนาฯ ระดับ 5 องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ ไม่น้อยกว่า 5 องค์กร	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	8 องค์กร	12 องค์กร	3 องค์กร	ระดับ 5	ระดับ 5	กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
8 องค์กร	12 องค์กร	3 องค์กร											
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 3 การส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบการมีส่วนรวมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค เป้าหมาย : ผู้ประกอบการธุรกิจมีส่วนรวมในการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวนแนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจ <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>4 แนวทาง/มาตรการ</td><td>5 แนวทาง/มาตรการ</td><td>7 แนวทาง/มาตรการ</td></tr></table> คำอธิบาย แนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ หมายถึง แนวทางหรือมาตรการในการปฏิบัติร่วมกับผู้ประกอบการในการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนี้ (1) ต้นน้ำ ได้แก่ การให้ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้ประกอบการ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบของภาครัฐ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นต้น (2) กลางน้ำ ได้แก่ การผลักดันให้ผู้ประกอบการมีมาตรการหรือจรรยาบรรณในการรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หรือการส่งเสริมผู้ประกอบการที่ดี เช่น การมอบตราสัญลักษณ์ โล่รางวัล เป็นต้น และ (3) ปลายน้ำ ได้แก่ แนวทาง/มาตรการในการแก้ไขปัญหาหรือเยียวยาผู้บริโภคกรณีที่ถูกละเมิดสิทธิการให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎหมาย วิธีการวัดผล ความสำเร็จในการขับเคลื่อนแนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	4 แนวทาง/มาตรการ	5 แนวทาง/มาตรการ	7 แนวทาง/มาตรการ	4 แนวทาง/ มาตรการ	4 แนวทาง/ มาตรการ	กองคุ้มครองผู้บริโภค 1 - 4
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
4 แนวทาง/มาตรการ	5 แนวทาง/มาตรการ	7 แนวทาง/มาตรการ											

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานที่รับผิดชอบ									
		2569	2570										
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 4 สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง เป้าหมาย : ประชาชนทุกคนตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค	1. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>ระดับ 5</td><td>ระดับ 5</td><td>ระดับ 5</td></tr></table> <u>คำอธิบาย</u> การพัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ การพัฒนาวิธีการนำเสนอ รูปแบบของสื่อ เนื้อหาของสื่อ (Content) เพื่อให้การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดทำแผนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ สคบ. พร้อมกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานในแต่ละปีอย่างชัดเจน รวมถึงมีการประเมินผลการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในมิติต่าง ๆ เช่น (1) การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของ สคบ. (2) ยอดผู้ติดตาม (3) ยอดการแชร์ (4) การกดถูกใจ (5) จำนวนสื่อที่นำเสนอ และ (6) คอมเมนต์ด้านบวก/ด้านลบ รวมถึงวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค พร้อมข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาและจัดทำรายงานเสนอต่อผู้บริหารเพื่อรับทราบความก้าวหน้า <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ 1 ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูล วิธีการการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ ระดับ 2 จัดทำแผนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ สคบ. รายปี และระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานในแต่ละปีอย่างชัดเจน โดยแจ้ง สผพ.และผู้บริหารทราบ ระดับ 3 จำนวนสื่อที่เผยแพร่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ระดับ 4 ประเมินผลการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ สคบ. ระดับ 5 วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค พร้อมข้อเสนอแนะและจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ระดับ 5	ระดับ 5	ระดับ 5	ระดับ 5	ระดับ 5	กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ระดับ 5	ระดับ 5	ระดับ 5											
	2. ร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>2566</th><th>2567</th><th>2568</th></tr><tr><td>ร้อยละ 83.40</td><td>ร้อยละ 85.56</td><td>ร้อยละ 80.64</td></tr></table> <u>คำอธิบาย</u> ผลการสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ ในระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2568) และสิ้นสุดแผน (พ.ศ. 2570) ให้บุคคลที่สาม (third party) ดำเนินการสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน เพื่อให้ผลการสำรวจมีความน่าเชื่อถือถูกต้องตามหลักวิชาการ <u>วิธีการวัดผล</u> ค่าเฉลี่ยผลการสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากประชาชน	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			2566	2567	2568	ร้อยละ 83.40	ร้อยละ 85.56	ร้อยละ 80.64	ร้อยละ 80	ร้อยละ 82	กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
2566	2567	2568											
ร้อยละ 83.40	ร้อยละ 85.56	ร้อยละ 80.64											

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงานที่รับผิดชอบ									
		2569	2570										
	3. ร้อยละของประชาชนที่มีพฤติกรรมการใช้สิทธิของผู้บริโภค	ร้อยละ 80	ร้อยละ 82	กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร									
	<table border="1"><thead><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>ร้อยละ 75.20 (third party)</td><td>ร้อยละ 80.80 (third party)</td><td>-</td></tr></tbody></table> <u>คำอธิบาย</u> การสำรวจพฤติกรรมการใช้สิทธิของผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคที่แสดงออกหรือดำเนินการตามสิทธิต่าง ๆ ที่ตนพึงมีตามกฎหมาย เพื่อให้ได้รับความเป็นธรรม ความปลอดภัย และข้อมูลที่ต้องครบถ้วนในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ รวมถึง การร้องเรียนหรือดำเนินการทางกฎหมายเมื่อสิทธิเหล่านั้นถูกละเมิด โดยสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคมี 5 ประการ ประกอบด้วย (1) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากสินค้า/บริการ (2) สิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสาร (3) สิทธิที่จะเลือกสินค้าและบริการ (4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณา/ชดเชย และ (5) สิทธิที่จะรวมตัวกันเพื่อปกป้องสิทธิของตน วิธีการเก็บข้อมูล : สำรวจโดยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง 5 ภาค ภาคละ 400 ชุด รวมทั้งสิ้น 2,000 ชุด และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลเชิงปริมาณและนำผลจากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนางานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อประชาชนให้เกิดพฤติกรรมการใช้สิทธิของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น และเป็นการรักษาสิทธิผู้บริโภคของตนเอง กลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและในส่วนภูมิภาค <u>วิธีการวัดผล</u> รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้สิทธิของผู้บริโภค	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ร้อยละ 75.20 (third party)	ร้อยละ 80.80 (third party)	-			
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ร้อยละ 75.20 (third party)	ร้อยละ 80.80 (third party)	-											

แผนปฏิบัติราชการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ 3 เรื่อง ยกระดับองค์กรให้ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ									
		2569	2570										
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 1 การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย เป้าหมาย : สคบ. มีการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย	1. ร้อยละของกระบวนการงานบริการที่ได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัล <table border="1"><thead><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>ร้อยละ 61.29</td><td>ร้อยละ 70.00</td><td>ร้อยละ 80.00</td></tr></tbody></table> คำอธิบาย กระบวนการงานบริการ หมายถึง กระบวนการที่ให้บริการประชาชน หรือกระบวนการที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบธุรกิจ และการปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัล หมายถึง การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสิ้นสุดกระบวนการ วิธีการวัดผล $\frac{\text{จำนวนกระบวนการงานที่ให้บริการประชาชนที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัล}}{\text{จำนวนกระบวนการงานที่ให้บริการประชาชนทั้งหมด}} \times 100$	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ร้อยละ 61.29	ร้อยละ 70.00	ร้อยละ 80.00	ร้อยละ 85	ร้อยละ 90	(1) กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร (2) กองนโยบายฯ (ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ)
	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)												
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ร้อยละ 61.29	ร้อยละ 70.00	ร้อยละ 80.00											
	2. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค <table border="1"><thead><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>ระดับ 3</td><td>ระดับ 5</td><td>ระดับ 3</td></tr></tbody></table> คำอธิบาย การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการทำงานของเจ้าหน้าที่ โดยการพัฒนาาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเดิมที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น หรือการพัฒนาแบบขั้นใหม่ วิธีการวัดผล ระดับ 1 มีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ระดับ 2 - ระดับ 3 มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 1 ระบบ ระดับ 4 - ระดับ 5 มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 2 ระบบ	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ระดับ 3	ระดับ 5	ระดับ 3	ระดับ 3	ระดับ 3	กองนโยบายฯ (ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ)
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ระดับ 3	ระดับ 5	ระดับ 3											

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ									
		2569	2570										
	3. ร้อยละความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ สคบ. <table border="1"><thead><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>ร้อยละ 93.84</td><td>ร้อยละ 94.99</td><td>ร้อยละ 94.67</td></tr></tbody></table> <u>คำอธิบาย</u> ประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการจากช่องทาง (1) สายด่วน 1166 (2) การให้บริการ ณ ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น 1) และ (3) ระบบสารสนเทศให้บริการประชาชนของ สคบ. (ปีละอย่างน้อย 1 ระบบ) <u>วิธีการวัดผล</u> ค่าเฉลี่ยผลการสำรวจความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของ สคบ.	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ร้อยละ 93.84	ร้อยละ 94.99	ร้อยละ 94.67	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	(1) สลก. (ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ผู้บริโภค) (2) กองนโยบายฯ (ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ)
	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)												
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ร้อยละ 93.84	ร้อยละ 94.99	ร้อยละ 94.67											
	4. ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม <table border="1"><thead><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>ร้อยละ 76.60</td><td>ร้อยละ n/a</td><td>ร้อยละ 78.22</td></tr></tbody></table> <u>คำอธิบาย</u> - บุคลากร หมายถึง ข้าราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างเหมาบริการ ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค - เทคโนโลยีและนวัตกรรม คือ การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการ จะถูกนำมาประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงอย่างเป็นระบบเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลงของยุคโลกาภิวัตน์ - พิจารณาจากผลสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน - การสำรวจประกอบด้วยประเด็นสำคัญ ดังนี้ 1. ความพึงพอใจต่อการพัฒนาบุคลากรในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม 2. ความพึงพอใจต่อระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมการอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน 3. ความพึงพอใจต่อการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานแบบ Smart office 4. ความพึงพอใจต่อภาพรวมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ สคบ. <u>วิธีการวัดผล</u> *เกณฑ์การประเมิน : ช่วงปรับเกณฑ์การประเมิน + / - ร้อยละ 5 ต่อ 1 คะแนน โดยกำหนดเกณฑ์การประเมิน ดังนี้ ระดับ 1 : 51 – 60 ระดับ 2 : 61 – 70 ระดับ 3 : 71 – 80 ระดับ 4 : 81 – 90 ระดับ 5 : 91 – 100 สูตรการคำนวณ : $\frac{\text{SUM (คะแนนระดับความพึงพอใจ + ... n)}}{5 \times n}$	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ร้อยละ 76.60	ร้อยละ n/a	ร้อยละ 78.22	ร้อยละ 75	ร้อยละ 75	กองนโยบายฯ (ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ)
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ร้อยละ 76.60	ร้อยละ n/a	ร้อยละ 78.22											

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ									
		2569	2570										
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 2 การบริหารและพัฒนาศักยภาพ บุคลากรให้มีสมรรถนะสูง พร้อมกับ เป็นคนดี คนเก่ง และมีความสุข	1. ระดับความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรบุคคล <table border="1"><thead><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>ระดับ 5</td><td>ระดับ 5</td><td>ระดับ 5</td></tr></tbody></table> <u>คำอธิบาย</u> แผนบริหารทรัพยากรบุคคล หมายถึง การกำหนดวิธีการหรือแนวทางการจัดการทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ เช่น การสรรหา บรรจุ แต่งตั้งบุคลากร การสร้างความก้าวหน้าในหน้าที่การงานให้แก่บุคลากร และการบริหารบุคลากรที่มีทักษะหรือสมรรถนะสูง เป็นต้น <u>วิธีการวัดผล</u> ระดับ 1 รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลการบริหารทรัพยากรบุคคลของ สคบ. ระดับ 2 จัดทำแผนบริหารทรัพยากรบุคคลของ สคบ. ประจำปี โดยระบุกิจกรรมให้ชัดเจน ระดับ 3 ชี้แจงแผนบริหารทรัพยากรบุคคลของ สคบ. ประจำปี ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ ระดับ 4 ดำเนินการตามแผนบริหารทรัพยากรบุคคลของ สคบ. ประจำปี ระดับ 5 ประเมินผลและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามแผนบริหารทรัพยากรบุคคลของ สคบ. ประจำปี	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ระดับ 5	ระดับ 5	ระดับ 5	ระดับ 5	ระดับ 5	สกก. (ส่วนบริหารทรัพยากรบุคคล)
	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)												
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ระดับ 5	ระดับ 5	ระดับ 5											
เป้าหมาย : บุคลากรของ สคบ. มี สมรรถนะสูง เป็นคนดี คนเก่ง และ มีความสุข	2. ร้อยละของบุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด <table border="1"><thead><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr></thead><tbody><tr><td>ร้อยละ 71.27</td><td>ร้อยละ 81.82</td><td>ร้อยละ 83.27</td></tr></tbody></table> <u>คำอธิบาย</u> 1) บุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ เป็นไปตามแผนพัฒนารายบุคคลที่มีการวิเคราะห์ความต้องการและความจำเป็นในการพัฒนาจากบริบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดเกณฑ์เนื้อหาในการพัฒนา ดังนี้ 1) ทักษะเฉพาะทางที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากผลการประเมินการปฏิบัติงานของบุคคล และ 2) ทักษะ หรือคุณลักษณะอื่น เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน เช่น 1) ความเชี่ยวชาญ/ความรู้/ภาษา/เทคโนโลยี 2) ภาวะผู้นำ/คุณธรรม/จริยธรรม/ความรับผิดชอบต่อข้อสงสัยสุจริต 3) จิตอาสา/บริการ/ทำงานเป็นทีม และ 4) เก่งคิด/เก่งปฏิบัติ/ประยุกต์ใช้ความรู้ 2) ร้อยละของบุคลากรได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ที่กำหนด หมายถึง จำนวนบุคลากรทั้งสายงานหลัก และสายงานสนับสนุน และต้องประกอบด้วยข้าราชการ และพนักงานราชการ ที่ได้รับการพัฒนาด้วยรูปแบบวิธีการต่าง ๆ ภายใต้แผนพัฒนารายบุคคล <u>วิธีการวัดผล</u> จำนวนบุคลากรกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการพัฒนาตามแผนพัฒนารายบุคคล จำนวนบุคลากรกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดตามแผนพัฒนารายบุคคล (ข้าราชการ และพนักงานราชการ) X 100	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ร้อยละ 71.27	ร้อยละ 81.82	ร้อยละ 83.27	ร้อยละ 90	ร้อยละ 95	สกก. (ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล)
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ร้อยละ 71.27	ร้อยละ 81.82	ร้อยละ 83.27											

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ									
		2569	2570										
	3. ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กร <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>ร้อยละ 74.23</td><td>ร้อยละ n/a</td><td>ร้อยละ 79.29</td></tr></table> คำอธิบาย ผลการสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรภายในองค์กร	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ร้อยละ 74.23	ร้อยละ n/a	ร้อยละ 79.29	ร้อยละ 78	ร้อยละ 80	สกก. (ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล)
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ร้อยละ 74.23	ร้อยละ n/a	ร้อยละ 79.29											
แนวทาง (กลยุทธ์) ที่ 3 การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป้าหมาย : สคบ. สามารถขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569 <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>ร้อยละ 77.88</td><td>ร้อยละ 77.88</td><td>ร้อยละ 88.89</td></tr></table> คำอธิบาย วัดจากความสำเร็จของตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569 วิธีการวัดผล จำนวนตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฯ ที่บรรลุเป้าหมาย X 100 จำนวนตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคฯ	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ร้อยละ 77.88	ร้อยละ 77.88	ร้อยละ 88.89	ร้อยละ 70	ร้อยละ 80	กองนโยบายฯ (ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์)
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ร้อยละ 77.88	ร้อยละ 77.88	ร้อยละ 88.89											
	2. ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการ รายปี ของ สคบ. <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>ร้อยละ 96.43</td><td>ร้อยละ 85.71</td><td>ร้อยละ 95.83</td></tr></table> คำอธิบาย วัดจากความสำเร็จของตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติการ รายปี ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค วิธีการวัดผล จำนวนตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติการฯ ที่บรรลุเป้าหมาย X 100 จำนวนตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติการฯ	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ร้อยละ 96.43	ร้อยละ 85.71	ร้อยละ 95.83	ร้อยละ 85	ร้อยละ 90	กองนโยบายฯ (ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์)
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ร้อยละ 96.43	ร้อยละ 85.71	ร้อยละ 95.83											

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ									
		2569	2570										
	3. ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร <table><tr><th colspan="3">ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)</th></tr><tr><th>พ.ศ. 2566</th><th>พ.ศ. 2567</th><th>พ.ศ. 2568</th></tr><tr><td>ระดับ 3</td><td>ระดับ 5</td><td>-</td></tr></table> คำอธิบาย การบริหารจัดการข้อมูลเชิงสถิติขององค์กร คือ การรวบรวม จัดเก็บ วิเคราะห์ข้อมูล และการจัดทำรายงานในมิติต่าง ๆ ตามภารกิจขององค์กร จากข้อมูลการแก้ไขปัญหาแก่ผู้บริโภค ข้อมูลการตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจ ข้อมูลการฟ้องดำเนินคดีแทนผู้บริโภค ข้อมูลการใช้จ่ายงบประมาณ ผลการดำเนินงานตามภารกิจขององค์กร ฯลฯ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สามารถจัดเก็บได้ในเชิงปริมาณ วิธีการวัดผล ระดับ 1 รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูลเชิงสถิติทั้งหมดของ สคบ. (แยกประเภท หมวดหมู่ แหล่งที่มาของข้อมูล) ระดับ 2 พัฒนาแนวทางการรวบรวมและการรายงานข้อมูลเชิงสถิติของ สคบ. ระดับ 3 ชี้แจงแนวทางการรวบรวมและการรายงานข้อมูลเชิงสถิติของ สคบ. แก่ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ระดับ 4 การรวบรวมข้อมูลและจัดทำรายงานข้อมูลเชิงสถิติที่สำคัญของ สคบ. มีความชัดเจน ระดับ 5 นำเสนอข้อมูลเชิงสถิติของ สคบ. ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (นำเสนอในรูปแบบ Dashboard ทันสมัย เข้าใจง่าย) และมีข้อมูลเป็นปัจจุบัน	ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)			พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	ระดับ 3	ระดับ 5	-	ระดับ 4	ระดับ 5	หน่วยงานหลัก: ส่วนวิชาการ วางแผนและติดตาม ประเมินผล หน่วยงานสนับสนุน : ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ
ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline)													
พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568											
ระดับ 3	ระดับ 5	-											