



มาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐

มาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐

๑. ความเป็นมา

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ หมวด ๒ การบริหารราชการเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขของประชาชน มาตรา ๘ (๓) ระบุว่า “ก่อนเริ่มดำเนินการส่วนราชการต้องจัดให้มีการศึกษาวิเคราะห์ผลดีและผลเสียให้ครบถ้วนทุกด้าน กำหนดขั้นตอนการดำเนินการที่โปร่งใส มีกลไกตรวจสอบการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนในกรณีที่ภารกิจใดจะมีผลกระทบต่อประชาชน ส่วนราชการต้องดำเนินการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือชี้แจงทำความเข้าใจเพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักถึงประโยชน์ที่ส่วนรวมจะได้รับจากภารกิจนั้น” และหมวด ๓ การบริหารราชการเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ มาตรา ๙ (๔) ระบุว่า “ในกรณีที่การปฏิบัติภารกิจ หรือการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการราชการเกิดผลกระทบต่อประชาชน ให้เป็นหน้าที่ของส่วนราชการที่จะต้องดำเนินการแก้ไขหรือบรรเทาผลกระทบนั้น หรือเปลี่ยนแผนปฏิบัติการให้เหมาะสม” นอกจากนี้เกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด ๑ การนำองค์กร ข้อ LD ๕ กำหนดให้ส่วนราชการมีวิธีการและมาตรการในการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม และมีการเตรียมการเชิงรุก มีกระบวนการตัววัด และเป้าประสงค์ที่สำคัญในการดำเนินการ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในฐานะที่เป็นองค์กรกลางในการคุ้มครองผู้บริโภคของชาติ ตระหนักถึงความสำคัญที่จะต้องมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ และเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) โดยมุ่งหวังเพื่อป้องกันการดำเนินงานที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสังคม ด้วยการกำหนดมาตรการในการจัดการผลกระทบ ที่เกิดจากการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้ลดลงหรือหมดไป ซึ่งจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีที่เกิดขึ้นกับสังคมและชุมชนสืบไป

๒. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อให้การปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีการดำเนินการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ และเป็นไปตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)

๒. เพื่อให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบและป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม

๓. เพื่อสร้างธรรมาภิบาลขององค์กร และนำองค์กรสู่สภาพลักษณ์ที่ดี

๓. ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๓.๑ วิสัยทัศน์

“เป็นองค์กรกลางการคุ้มครองผู้บริโภคของชาติในระดับสากล”

๓.๒ พันธกิจ

๓.๒.๑ บังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นธรรมและโปร่งใสเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค