

โครงการ

เรื่อง

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์
การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘ ของ
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

โดย

ส่วนวิชาการ วางแผน และติดตามประเมินผล
สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค
พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตามนัยของแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว ให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนากลไกการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค การผลักดันนโยบาย/ มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานของภาคีเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจให้แก่ประชาชน รวมถึงการพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพ โดยมีกลไกในการขับเคลื่อน คือ การกำหนดโครงการ/ กิจกรรมภายใต้แผนปฏิบัติการราชการประจำปี โดยทุกโครงการ/ กิจกรรมจะมีกระบวนการติดตามประเมินผลระหว่างและภายหลังการดำเนินการตามหลักการบริหารโครงการให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด กระบวนการติดตามประเมินผล มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสะท้อนให้เห็นประสิทธิผลของนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งประสิทธิผลของการดำเนินการตามนโยบายต่างๆ ที่ได้กำหนดขึ้นในแต่ละปีงบประมาณ

เนื่องจากการติดตามประเมินผลในเชิงนโยบาย เป็นการประเมินผลที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นหน่วยงานภายในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจำเป็นต้องจัดจ้างที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญทำหน้าที่ประเมิน โดยให้ประเมินผลการดำเนินงานในลักษณะ Performance Assessment ทั้งในแง่การบริหารจัดการ (Management) กระบวนการ (Process) ตลอดจนการบรรลุวิสัยทัศน์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อหาจุดเด่นที่สมควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งหาจุดด้อยที่ควรปรับปรุงเพื่อให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด รวมทั้งเพื่อให้ได้รับทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินงาน และความสำเร็จของโครงการ/ กิจกรรม เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินมาใช้สำหรับแก้ไขปัญหาในการดำเนินงาน ตลอดจนการพัฒนาประสิทธิภาพ และโครงการให้สนองประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มมากขึ้น

การติดตามประเมินผลในเชิงนโยบาย เป็นการติดตามประเมินผลที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นหน่วยงานภายในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงจำเป็นต้องมีการประเมินอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยผู้ประเมินจากภายนอก (Third Party) ที่มีความเชี่ยวชาญทำหน้าที่ประเมิน เพื่อระบบการประเมินที่มีความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรง โดยให้ประเมินผลการดำเนินงานในลักษณะ Performance Assessment ทั้งในแง่การบริหารจัดการ (Management) กระบวนการ (Process) ตลอดจนการบรรลุวิสัยทัศน์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อหาจุดเด่นที่สมควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งหาจุดด้อยที่ควรปรับปรุงเพื่อให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด รวมทั้งเพื่อให้ได้รับทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินงาน และความสำเร็จของโครงการ/ กิจกรรม เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินมาใช้สำหรับแก้ไขปัญหาในการดำเนินงาน ตลอดจนการพัฒนาประสิทธิภาพ และโครงการให้สนองประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖ พบว่า เมื่อสรุปประเด็นในการประเมินด้านต่างๆ สามารถสรุปและมีการตั้งข้อสังเกตได้ดังนี้

ลำดับ	ด้านต่างๆ	ข้อสังเกต
๑	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นตัวแทนที่มาติดต่อกับงานส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภค/ประชาชนทั่วไป วัตถุประสงค์ของการมาติดต่อกับงานคือมาร้องเรียน แจ้งเบาะแส ที่หน่วยรับเรื่องร้องเรียน ซึ่งภายในระยะเวลาตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๕๕ จนถึงปัจจุบัน ส่วนใหญ่มาติดต่อเป็นครั้งแรก
๒	ขั้นตอนการติดต่อประสานงาน	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความคาดหวังต่อขั้นตอนการติดต่อประสานงานอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ ๘๙.๔๐ และมีความพึงพอใจต่อขั้นตอนการติดต่อประสานงานอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ ๘๔.๖๐ แสดงว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความคาดหวังต่อขั้นตอนการติดต่อประสานงานสูงกว่าความพึงพอใจ แต่ถ้าเปรียบเทียบกับเป็นรายประเด็นแล้ว พบว่ามีความแตกต่างกันไม่มากนัก
๓	เจ้าหน้าที่ที่ติดต่อประสานงาน	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความคาดหวังต่อเจ้าหน้าที่ที่ติดต่อประสานงานอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ ๘๖.๖๐ และมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่ติดต่อประสานงานอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ ๘๙.๐๐ แสดงว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่ติดต่อประสานงานสูงกว่าความคาดหวัง เมื่อพิจารณาเป็นประเด็น พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจในความรู้ ความสามารถของเจ้าหน้าที่ถึงร้อยละ ๘๙.๔๐ ส่วนในเรื่องของความคาดหวังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังในความเอาใจใส่ กระตือรือร้น ความพร้อมในการทำงานของเจ้าหน้าที่ถึงร้อยละ ๘๘.๒๐
๔	การขอข้อมูล สืบค้นข้อมูล	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความคาดหวังต่อการขอข้อมูล สืบค้นข้อมูลอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ ๘๔.๘๐ และมีความพึงพอใจต่อการขอข้อมูล สืบค้นข้อมูลอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ ๘๙.๔๐ แสดงว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจต่อการขอข้อมูล สืบค้นข้อมูลสูงกว่าความคาดหวัง เมื่อพิจารณาเป็นประเด็น พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจในความหลากหลายของช่องทางการขอข้อมูล สืบค้นข้อมูลถึงร้อยละ ๙๑.๘๐ ส่วนในเรื่องของความคาดหวังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังในเรื่องของความสะดวก รวดเร็ว ในการเข้าถึงช่องทางและภาพรวมในการติดต่อประสานงานร้อยละ ๘๕.๔๐

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ลำดับ	ด้านต่างๆ	ข้อสังเกต
๕	บทบาทหน้าที่ของ สคบ.	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความคาดหวังต่อบทบาทหน้าที่ของ สคบ. อยู่ในระดับมากร้อยละ ๘๒.๖๐ และมีความพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ของ สคบ. อยู่ในระดับมากร้อยละ ๗๘.๔๐ แสดงว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังต่อบทบาทหน้าที่ของ สคบ. สูงกว่าความพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นประเด็น พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังในเรื่องการกำหนดมาตรการ กลไกและกฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค การให้ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้แก่ผู้บริโภค และการให้ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้แก่ผู้ประกอบการ ต่อบทบาทหน้าที่ของ สคบ. ถึงร้อยละ ๘๓.๒๐ ส่วนในเรื่องของความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจในเรื่องของการกำหนดมาตรการ กลไกและกฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และการให้ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้แก่ผู้ประกอบการ ต่อบทบาทหน้าที่ของ สคบ. ร้อยละ ๗๙.๒๐
๖	การดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของ สคบ.	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความคาดหวังต่อการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของ สคบ. อยู่ในระดับมากร้อยละ ๘๑.๐๐ และมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของ สคบ. อยู่ในระดับมากร้อยละ ๗๖.๐๐ แสดงว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังต่อการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของ สคบ. สูงกว่าความพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นประเด็น พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังในเรื่องการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของ สคบ. เกี่ยวกับสัญญาในการซื้อขายไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ถึงร้อยละ ๘๔.๒๐ ส่วนในเรื่องของความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจในเรื่องของการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของ สคบ. เกี่ยวกับผู้บริโภคได้รับข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ด้านสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตราย ถึงร้อยละ ๗๗.๒๐
๗	ช่องทางการติดต่อ สคบ.	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความคาดหวังต่อช่องทางการติดต่อ สคบ. อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ ๗๔.๔๐ และมีความพึงพอใจต่อช่องทางการติดต่อ สคบ. อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ ๗๐.๔๐ แสดงว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังต่อช่องทางการติดต่อ สคบ. สูงกว่าความพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นประเด็น พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังในเรื่องช่องทางการติดต่อประสานงานด้วยตนเอง กับ สคบ. ถึงร้อยละ ๙๕.๔๐ ส่วนในเรื่องของความพึงพอใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจในเรื่องของช่องทางการติดต่อประสานงานด้วยตนเอง กับ สคบ. ถึงร้อยละ ๘๑.๐๐ เหมือนกัน

โดยมีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจในหลายประเด็น

๑. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่อยากให้เพิ่มช่องทางการติดต่อประสานงานในหลายๆ ช่องทาง โดยมีการแบ่งส่วนงานออกไปสู่ท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อให้การเดินทางมีความสะดวก และการติดต่อประสานงานมีความรวดเร็วยิ่งขึ้นเช่นกัน
๒. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่อยากให้มีการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ต่างๆ ของผู้บริโภคนให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากคนในท้องถิ่นจะไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารประเภทนี้เลย นอกจากในสื่อโฆษณาตามโทรทัศน์ หรือวิทยุ เท่านั้น
๓. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่อยากให้มีความเข้มงวด ในการตรวจสอบข้อมูลมากกว่านี้ เนื่องจากปัจจุบันมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่เกินความเป็นจริงมาก ทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจผิดในเรื่องของสรรพคุณ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์
๔. การกำหนดแผนงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ควรมุ่งเน้นการตอบสนองในแต่ละยุทธศาสตร์ และมีการกำหนดเป้าหมายผลลัพธ์ที่ต้องการให้ชัดเจน โดยมีกิจกรรมที่สามารถสะท้อนความสำเร็จตามตัวชี้วัดในแต่ละยุทธศาสตร์ได้
๕. รูปแบบ แผนงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายในทุกมิติ เช่น กลุ่มเป้าหมาย สถานที่ ลักษณะกิจกรรม เพื่อเป็นการสร้างความท้าทายในเรื่องของการดำเนินงานของสำนัก/กอง
๖. การวางแผน โครงการ กิจกรรมต่างๆ จะต้องครอบคลุมกับเป้าประสงค์ต่างๆ ขององค์กร และมีการวัดผลลัพธ์ ที่ตรงประเด็น โดยคำนึงถึงข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ เช่น ความคุ้มค่า ผลการสำรวจ ผลการศึกษาทางวิชาการ ข้อเสนอแนะจากการประเมินผลต่างๆ มาใช้ประกอบการวางแผนโครงการ กิจกรรมต่างๆ โดยทบทวนข้อมูลดังกล่าวเพื่อเป็นพื้นฐานในการปรับปรุงและกำหนดทิศทางต่อไปในอนาคต
๗. ควรนำตัวชี้วัดแผนงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ มาใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากร เช่น การวัดผลการปฏิบัติงานซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการกำหนดวิธีการปฏิบัติงาน การเชื่อมโยงกับการประเมินผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาบุคลากร เป็นต้น
๘. การจัดทำแผนงาน โครงการ กิจกรรมต่างๆ ควรคำนึงถึงความสมดุลในการตอบสนองแต่ละยุทธศาสตร์ เนื่องจากในยุทธศาสตร์ที่ ๑ มีโครงการที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับยุทธศาสตร์อื่นๆ ขององค์กร
๙. ระดับความก้าวหน้าในการดำเนินงานของ สคบ. ในภาพรวมอยู่ที่ร้อยละ ๘๙ เมื่อเทียบกับรอบ ๑๒ เดือน ทำให้เห็นว่ามีผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนร้อยละ ๑๑ ดังนั้นจึงควรเร่งรัดการทำโครงการในปี ๕๗ ให้เร็วขึ้น หรือเตรียมความพร้อมให้มากขึ้นกว่าเดิม
๑๐. หากวิเคราะห์รายงานความก้าวหน้าการดำเนินโครงการ โดยเปรียบเทียบความสำเร็จตามแผนกับการดำเนินงานในภาพรวม สคบ. ในรอบ ๖ เดือน ๑๐ เดือน ๑๑ เดือน และ ๑๒ เดือน ซึ่งมีการดำเนินงานในภาพรวมของ สคบ. มีความก้าวหน้าไม่เป็นไปตามแผนเฉลี่ยร้อยละ ๙.๙ นั้น พบว่าช่องว่างระหว่างระยะเวลาการดำเนินงานตามแผน กับการดำเนินงานจริง ในช่วงเวลา ๖-๑๐ เดือน มีความห่างกันมากขนาดที่ในช่วงเวลาอื่นๆ มีช่องว่างดังกล่าวมาน้อย ดังนั้นช่วงเวลาที่ควรให้ความสนใจเร่งรัดการดำเนินโครงการ คือ ช่วงเดือน ๖ เป็นต้น

ดังนั้นนอกจากการประเมินผลในภาวะการณ์ปัจจุบันของแผนแล้ว จึงควรมีการนำ GAP ที่เกิดขึ้นในงบประมาณก่อนหน้ามาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการวิเคราะห์สมรรถนะในการทำงาน และผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นว่ากลไกต่างๆ ในปัจจุบันสามารถแก้ GAP ที่เกิดขึ้นในอดีตหรือไม่

๑. แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

วิสัยทัศน์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

“เป็นองค์กรกลางในการคุ้มครองผู้บริโภคของชาติในระดับสากล”

พันธกิจ

๑. บังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นธรรมและโปร่งใสเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค
๒. พัฒนากฎหมายและนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อเหตุการณ์
๓. สร้างเครือข่ายผู้บริโภคและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน
๔. เผยแพร่ความรู้เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ผู้บริโภครู้จักปกป้องและรักษาสิทธิของตนเอง

ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ ๔ ยุทธศาสตร์ ได้แก่

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : การบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภค
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภค
- ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : การบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

เป้าประสงค์

๑. กลไกการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพ
๒. กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพ
๓. ภาควิชาเครือข่ายมีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ
๔. ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิของผู้บริโภค
๕. ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการเลือกซื้อสินค้า หรือบริการ
๖. การบริหารองค์กรมีประสิทธิภาพ และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทันสมัย
๗. บุคลากรมีความรู้ความสามารถทันต่อเหตุการณ์

ตารางแสดงความเชื่อมโยง ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน	กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์
๑. การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล	๑. กลไกการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบการผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ	กคส. กคฉ. กคฆ. กคค. สผพ. ศูนย์เฝ้าระวังฯ กขต.	กผป. สลก. สปจ. ศพส.	๑. การออกตรวจ ๒. การแก้ไขปัญหาจากข้อร้องเรียน
			๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหาแก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน	กกค. กคส. กคฉ. กคฆ. กผป. กขต.	สผพ. สลก. ศพส. สปจ.	
	๒. กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพทันต่อเหตุการณ์	จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดทำ/ทบทวน/ปรับปรุง	๑.๓ มีกลไกพัฒนา ทบทวนปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เหมาะสม และมีความทันสมัย	กกค. กคส. กคฉ. กคฆ. กขต.	สผพ. สลก. กผป. กทบ. กตส. สปจ. ศพส.	๑. การทบทวนกฎหมาย
๒. การบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภค	๓. ภาคีเครือข่ายมีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ	ร้อยละของจำนวนภาคีเครือข่ายต่อความสำเร็จในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสคบ.	๒.๑ ส่งเสริม สนับสนุนความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล	สผพ.	กกค. กคส. กคฆ. กคฉ. กผป. สลก. กทบ. กตส. สปจ. ศพส.	๑. ดำเนินการในเขตกรุงเทพมหานครและอีก ๗๖ จังหวัด
			๒.๒ เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ในการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค	สผพ. สปจ. ศพส.	กกค. กคส. กคฆ. กคฉ. กผป. สลก. กทบ. กตส.	

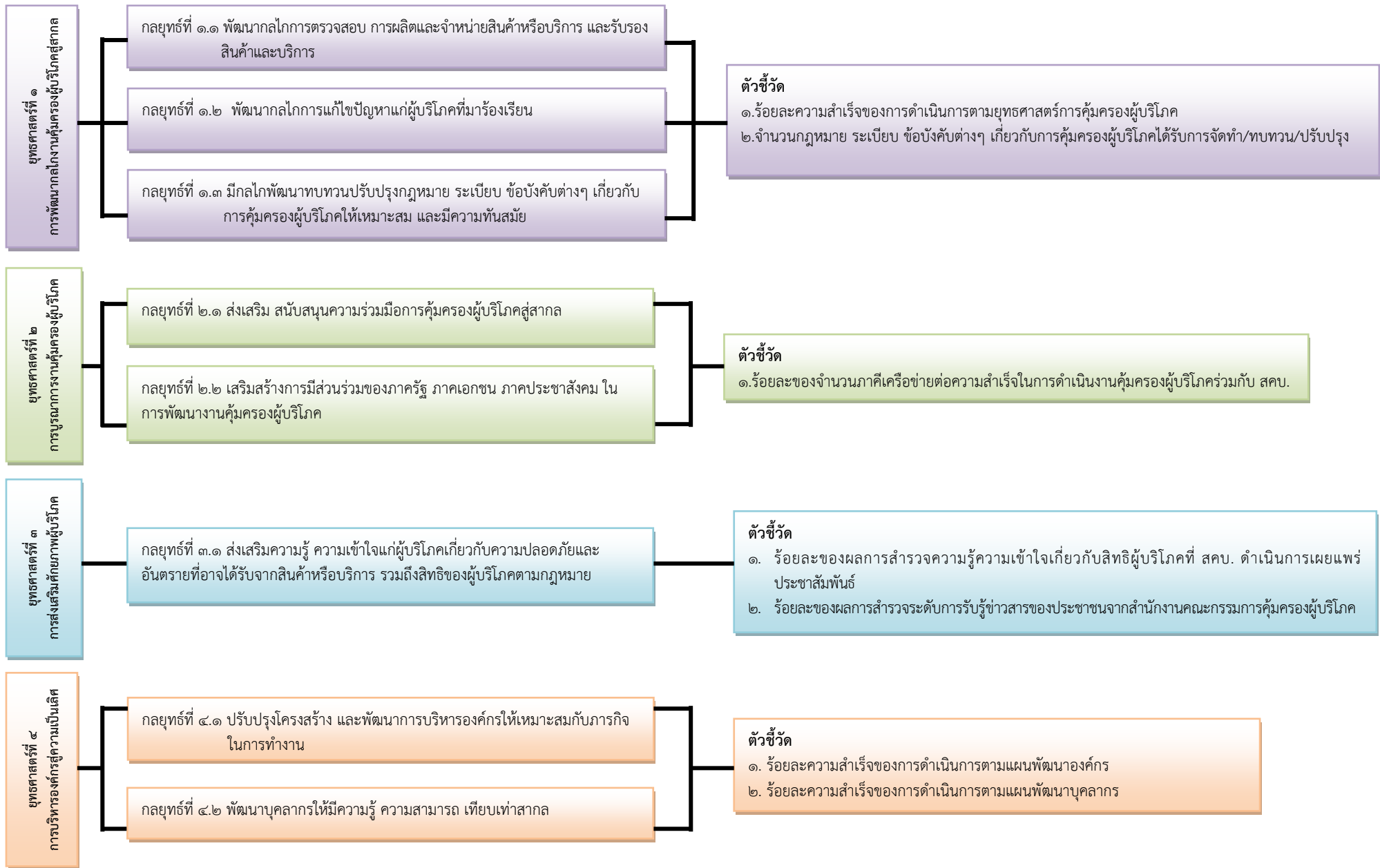
โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘

ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน	กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์
๓. การส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภค	๔. ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิของผู้บริโภค	ร้อยละของผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคที่สคบ.	๓.๑ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ รวมถึงสิทธิของผู้บริโภคตามกฎหมาย	กผป. สผพ.	กกค. กคส. กคฆ. กคฉ. กผป. สลก. กพบ. กตส. สปจ. ศพส.	๑. กิจกรรม สคบ.สัญจร ๒. กิจกรรมการเผยแพร่สื่อ
	๕. ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการเลือกซื้อสินค้า หรือบริการ	ร้อยละของผลการสำรวจระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค				
๔. การบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ	๖. องค์กรมีการบริหารจัดการที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์กร	๔.๑ ปรับปรุงโครงสร้าง และพัฒนาการบริหารองค์กรให้เหมาะสมกับภารกิจในการทำงาน	สผพ. สลก. กพบ.	กกค. กคส. กคฆ. กคฉ. กผป. กตส. สปจ. ศพส.	๑. แผนพัฒนาองค์กร
	๗. บุคลากรมีความรู้ความสามารถทันต่อเหตุการณ์	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาบุคลากร				

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

แผนผังแสดงความเชื่อมโยง ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัดที่สำคัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘



โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

๒. รายละเอียดการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘
 จำแนกตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล	ค่าน้ำหนัก ของแผน ยุทธศาสตร์
<p>กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๑.๓ มีกลไกพัฒนา ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เหมาะสม และมีความทันสมัย</p>	๒๕ %
ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์	ค่าน้ำหนัก
๑. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	๑๕ %
๒. จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดทำ/ทบทวน/ปรับปรุง	๑๐ %

หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ที่ ๑

๑. กองกฎหมายและคดี
๒. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา
๓. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก
๔. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา
๕. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
๖. สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค
๗. กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
๘. ศูนย์เฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าที่ไม่ปลอดภัย

ลำดับที่	ตัวชี้วัดเฉพาะหน่วยงานภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๑	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๑	ร้อยละของความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคที่มาร้องเรียน	ร้อยละ ๗๐	๑. กองกฎหมายและคดี ๒. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ๓. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ๔. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ๕. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
๒	จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการทบทวน/ปรับปรุง	๖ ฉบับ	๑. กองกฎหมายและคดี ๒. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ๓. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ๔. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ๕. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ลำดับที่	ตัวชี้วัดเฉพาะหน่วยงานภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๑	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๓	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ ๘๐	สำนักแผนและการพัฒนา การคุ้มครองผู้บริโภค
๔	ระดับความสำเร็จของการจัดทำต้นทุนต่อหน่วยผลผลิต	ระดับ ๕	สำนักแผนและการพัฒนา การคุ้มครองผู้บริโภค
๕	ระดับความสำเร็จของปริมาณผลผลิตที่ทำได้จริงเปรียบเทียบกับเป้าหมายผลผลิตตามเอกสารงบประมาณรายจ่าย	ระดับ ๓	สำนักแผนและการพัฒนา การคุ้มครองผู้บริโภค
๖	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคอาเซียน	ร้อยละ ๘๐	สำนักแผนและการพัฒนา การคุ้มครองผู้บริโภค
๗	ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบต่างๆ	ร้อยละ ๗๐	สำนักแผนและการพัฒนา การคุ้มครองผู้บริโภค
๘	จำนวนประเภทสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานตราสัญลักษณ์การคุ้มครองผู้บริโภค	๓ ประเภท	สำนักแผนและการพัฒนา การคุ้มครองผู้บริโภค
๙	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบธุรกิจที่ได้รับการพิจารณาผ่านเกณฑ์มอบรางวัล	ร้อยละ ๕	สำนักแผนและการพัฒนา การคุ้มครองผู้บริโภค
๑๐	ร้อยละของจำนวนเรื่องที่ผ่านมาการตรวจสอบพฤติการณ์ผู้ประกอบการธุรกิจและนำไปขยายผลต่อ	ร้อยละ ๖๐	๑. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ๒. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ๓. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ๔. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจชายตรงและตลาดแบบตรง
๑๑	ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการจาก สคบ.	ร้อยละ ๗๐	๑. กองกฎหมายและคดี ๒. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ๓. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ๔. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ๕. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจชายตรงและตลาดแบบตรง ๖. กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
๑๒	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับการพิจารณาผ่านเกณฑ์มอบรางวัล	ร้อยละ ๕	กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา
๑๓	ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ ๑๑๖๖	ร้อยละ ๗๐	กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
๑๔	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการเฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าประจำปี	ร้อยละ ๘๐	ศูนย์เฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าที่ไม่ปลอดภัย

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภค	ค่าน้ำหนัก ของแผน ยุทธศาสตร์
กลยุทธ์ที่ ๒.๑ ส่งเสริม สนับสนุนความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล กลยุทธ์ที่ ๒.๒ เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ในการพัฒนางาน คุ้มครองผู้บริโภค	๒๕ %
ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์	ค่าน้ำหนัก
๑. ร้อยละของจำนวนภาคีเครือข่ายต่อความสำเร็จในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.	๒๕ %

หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ที่ ๒

๑. สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค
๒. กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
๓. สำนักประสานงานภาคฯ

ลำดับที่	ตัวชี้วัดเฉพาะภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๒	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๑	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนภาคีเครือข่าย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ ๕	๑. สำนักแผนและการ พัฒนาการคุ้มครอง ผู้บริโภค ๒. กองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์
๒	ร้อยละของจำนวนภาคีเครือข่ายต่อความสำเร็จ ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.	ร้อยละ ๙๐	๑. สำนักแผนและการ พัฒนาการคุ้มครอง ผู้บริโภค ๒. กองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์
๓	ร้อยละความพึงพอใจของเครือข่ายที่ประสานงาน ร่วมกับ สคบ.	ร้อยละ ๗๐	๑. สำนักแผนและการ พัฒนาการคุ้มครอง ผู้บริโภค ๒. กองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์
๔	ร้อยละของความสำเร็จในการแก้ไขปัญหา ให้กับผู้บริโภคที่มาร้องเรียน	ร้อยละ ๗๐	สำนักประสานงานภาคฯ
๕	ร้อยละความพึงพอใจของเครือข่ายที่ประสานงาน ร่วมกับ สปจ.	ร้อยละ ๗๐	สำนักประสานงานภาคฯ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ	ค่าน้ำหนัก ของแผน ยุทธศาสตร์
กลยุทธ์ที่ ๓.๑ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่ อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ รวมถึงสิทธิของผู้บริโภคตามกฎหมาย	๒๕ %
ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์	ค่าน้ำหนัก
๑. ร้อยละของผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคที่ สคบ. ดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	๑๐ %
๒. ร้อยละของผลการสำรวจระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชนจากสำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค	๑๕ %

หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ที่ ๓

๑. กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
๒. ศูนย์เฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าที่ไม่ปลอดภัย

ลำดับที่	ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ที่ ๓	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๑	ร้อยละของผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ สิทธิผู้บริโภคที่ สคบ. ดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	ร้อยละ ๖๐	กองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์
๒	ร้อยละของผลสำรวจระดับการรับรู้ข่าวสารของ ประชาชนจาก สคบ.	ร้อยละ ๘๐	กองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์
๓	ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน สคบ.สัญจร	ร้อยละ ๗๐	กองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์
๔	ร้อยละของผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การเตือนภัยสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายที่ สคบ. ดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	ร้อยละ ๖๐	ศูนย์เฝ้าระวังและพิสูจน์ สินค้าที่ไม่ปลอดภัย

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ	ค่าน้ำหนัก ของแผน ยุทธศาสตร์
กลยุทธ์ที่ ๔.๑ ปรับปรุงโครงสร้าง และพัฒนาการบริหารองค์กรให้เหมาะสมกับภารกิจในการทำงาน	๒๕ %
กลยุทธ์ที่ ๔.๒ พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ เทียบเท่าสากล	
ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์	ค่าน้ำหนัก
๑. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์กร	๑๒ %
๒. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาบุคลากร	๑๓ %

หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ที่ ๔

๑. สำนักงานเลขานุการกรม
๒. กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

ลำดับที่	ตัวชี้วัดเฉพาะภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๔	ค่าเป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
๑	ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของ สลก.	ร้อยละ ๗๐	สำนักงานเลขานุการกรม
๒	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาบุคลากร	ร้อยละ ๗๐	สำนักงานเลขานุการกรม
๓	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามคำรับรองการปฏิบัติราชการประจำปี	ร้อยละ ๗๐	กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
๔	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์กร	ร้อยละ ๘๐	กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
๕	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กร	ระดับ ๓	กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
๖	ร้อยละความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ของแต่ละกิจกรรม	ร้อยละ ๗๐	กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

๔. การติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้นโยบายคุ้มครองผู้บริโภคในบริบทของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๘
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

เมื่อพิจารณาถึงความก้าวหน้าการดำเนินงานโครงการจำแนกเป็นรายสำนัก/กอง โดยพิจารณาจากความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘ โดยคำนวณตามความสำเร็จจากกิจกรรมที่ดำเนินการ (เปรียบเทียบเดือนธันวาคม ๒๕๕๗ – มีนาคม ๒๕๕๘) พบรายละเอียดที่สำคัญดังต่อไปนี้

ภาพรวมการรายงานความก้าวหน้า
(รายงานความก้าวหน้าเดือนตุลาคม ๕๗ – มีนาคม ๕๘)
คำนวณความสำเร็จจากกิจกรรม

รายงานความก้าวหน้าการดำเนินโครงการจำแนกเป็นรายสำนัก/กอง โดยพิจารณาจากความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ซึ่งประกอบด้วย รายละเอียดดังต่อไปนี้

สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (สผพ.)	๑. พัฒนาศักยภาพภาคีเครือข่ายผู้บริโภคไทย เพื่อผลักดันการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคทั่วประเทศ ๒. สินค้าและบริการปลอดภัยในปี ๒๕๕๘ ๓. ผลักดันการกำหนดความรับผิดชอบให้ผู้ประกอบการที่มีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ๔. เพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภคสู่ประชาชนโดยกลไกการติดตามประเมินผล ๔ มิติ (ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล การให้บริการ ๕. Consumer Protection Club in University ๒๐๑๕ ๖. สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์เยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน ๗. การผลักดันกลไกมาตรฐานตราสัญลักษณ์การคุ้มครองผู้บริโภค ๘. การแปลงแผนสู่การปฏิบัติ : แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	×	๑๒.๕๐	×	๑๒.๕๐	×	๑๒.๕๐	๑. พัฒนาศักยภาพภาคีเครือข่ายผู้บริโภคไทยเพื่อผลักดันการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคทั่วประเทศ ๒. สินค้าและบริการปลอดภัยในปี ๒๕๕๘ ๓. ผลักดันการกำหนดความรับผิดชอบให้ผู้ประกอบการที่มีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ๔. Consumer Protection Club in University ๒๐๑๕ ๕. จัดทำยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคข้ามแดน ๖. การแปลงแผนสู่การปฏิบัติ : แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ๗. จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงของสคบ. ประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	×	๑๔.๒๙	×	๑๔.๒๙	×	๑๔.๒๙
		×		×		×		×	✓	×	✓	×	✓	×

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับ แผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (กผป.)	๑. อสคป. เฉลิมพระเกียรติ 60 พระชนษา สมเด็จพระเทพฯ ๒. การจัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ pro active ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ ๓. ผลักดันกลไกกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน สคป. สัจจร ๔. THAI SMART YIUNG CONSUMER LEADERS TO ASEAN ๒๐๑๕	×	○ (อยู่ระหว่างดำเนินการเนื่องจากมีกิจกรรมย่อย)	×	○ (อยู่ระหว่างดำเนินการเนื่องจากมีกิจกรรมย่อย)	×	๒๕	๑. อสคป. เฉลิมพระเกียรติ 60 พระชนษาสมเด็จพระเทพฯ ๒. การจัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ pro active ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ ๓. ผลักดันกลไกกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน สคป. สัจจร ๔. THAI SMART YIUNG CONSUMER LEADERS TO ASEAN ๒๐๑๕ ๕. จัดทำสมุดบันทึกประจำปี ๖. สืบหาความรู้ความเข้าใจ และความเชื่อมั่น โดยผู้ประเมินภายนอก ๗. จัดงานวันคุ้มครองผู้บริโภคไทย	×	○ (อยู่ระหว่างดำเนินการเนื่องจากมีกิจกรรมย่อย)	×	○ (อยู่ระหว่างดำเนินการเนื่องจากมีกิจกรรมย่อย)	×	๑๔.๒๙

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
กองกฎหมายและคดี (กกค.)	๑. อบรมบุคลากรเพิ่มศักยภาพฟ้องคดีและบังคับคดี ๒. รับฟังความคิดเห็น ร่าง พรบ.คุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ...) พ.ศ. ... ๓. รับฟังความคิดเห็น ร่าง พรบ. ว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้า พ.ศ. ... ๔. รับฟังความคิดเห็น หลักเกณฑ์การไกล่เกลี่ยหรือประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ๕. รับฟังความคิดเห็น หลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค ๖. รับฟังความคิดเห็น กฎ ระเบียบ ประกาศเกี่ยวกับสมาคมหรือมูลนิธิ ตามพรบ.คุ้มครองผู้บริโภค ฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๕๖ ๗. รับฟังความคิดเห็น หลักเกณฑ์การส่งเสริม พัฒนาและสนับสนุนงานคุ้มครองผู้บริโภค	✓	๑๔.๒๙	✓	๑๔.๒๙	✓	๑๔.๒๙	๑. อบรมบุคลากรเพิ่มศักยภาพฟ้องคดีและบังคับคดี ๒. รับฟังความคิดเห็น ร่าง พรบ.คุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ...) พ.ศ. ... ๓. รับฟังความคิดเห็น หลักเกณฑ์การไกล่เกลี่ยหรือประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ๔. รับฟังความคิดเห็น กฎ ระเบียบ ประกาศเกี่ยวกับสมาคมหรือมูลนิธิ ตามพรบ.คุ้มครองผู้บริโภค ฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๕๖	✓	๒๕	✓	๒๕	✓	๒๕
		✗		✗		✗			✗		✗		✗	
		✗		✗		✗			✗		✗		✗	
		✗		✗		✗			✗		✗		✗	
		✗		✗		✗			✗		✗		✗	

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับ แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
กองคุ้มครอง ผู้บริโภคด้าน สัญญา (กคส.)	<p>๑. การตรวจสอบสัญญา หลักฐานการรับเงิน ในส่วนภูมิภาค</p> <p>๒. หนวยความอาสา</p> <p>๓. รับฟังความคิดเห็น ร่างประกาศ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่องธุรกิจ การให้บริการจัดหาพนักงานดูแลผู้ปวย เด็กและคนชรา เป็นธุรกิจที่ควบคุม สัญญา พ.ศ. ...</p> <p>๔. รับฟังความคิดเห็น ร่าง ประกาศ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่องให้ ธุรกิจการให้บริการเสริมความงามเป็น ธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. ...</p> <p>๕. รับฟังความคิดเห็น ร่าง ประกาศ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ ธุรกิจการให้บริการจองตั๋วโดยสาร เครื่องบิน และนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ ควบคุมสัญญา พ.ศ. ...</p>	<p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p>	<p>○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p> <p>○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p> <p>○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p>	<p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p>	<p>○ (อยู่ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p> <p>○ (อยู่ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p> <p>○ (อยู่ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p>	<p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p>	<p>0 (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p> <p>0 (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p> <p>0 (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p>	<p>๑. การตรวจสอบสัญญา หลักฐาน การรับเงิน ในส่วนภูมิภาค</p> <p>๒. หนวยความอาสา</p>	<p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p>	<p>○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p> <p>○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p> <p>○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p>	<p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p>	<p>○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p> <p>○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p> <p>○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)</p>	<p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p> <p>✗</p>	

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับ แผนปฏิบัติการราชการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
กองคุ้มครอง ผู้บริโภคด้านฉลาก (กคณ.)	๑. การตรวจสอบสินค้า หรือบริการในส่วนภูมิภาคและเทศบาล ๒. ผู้บริโภครู้เท่าทันสินค้า บริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย (ตอกไม้ปลอดภัยจากใจ สคบ.) ๓. ผู้บริโภครู้เท่าทันสินค้า บริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย (อ่างอาบน้ำเด็ก) ๔. ผู้บริโภครู้เท่าทันสินค้า บริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย (ตอกไม้เพลิง) ๕. ผู้บริโภครู้เท่าทันสินค้า บริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย (สินค้าอันตรายกับนักเรียน) ๖. รับฟังความคิดเห็น ทบทวนประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่องลักษณะของฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลาก ๗. รับฟังความคิดเห็น ร่าง ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่องรถจักรยานยนต์	✕ ✓ ✕ ✕ ✕ ✕ ✕	๑๔.๒๙ 	✕ ✓ ✕ ✕ ✕ ✕ ✕	๑๔.๒๙ 	✕ ✓ ✓ ✓ ✕ ✓ ✓	๗๑.๔๓ 	๑. การตรวจสอบสินค้า หรือบริการในส่วนภูมิภาคและเทศบาล ๒. ผู้บริโภครู้เท่าทันสินค้า บริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย (ตอกไม้ปลอดภัยจากใจ สคบ.) ๓. ผู้บริโภครู้เท่าทันสินค้า บริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย (อ่างอาบน้ำเด็ก) ๔. ผู้บริโภครู้เท่าทันสินค้า บริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย (ตอกไม้เพลิง) ๕. ผู้บริโภครู้เท่าทันสินค้า บริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย (สินค้าอันตรายกับนักเรียน) ๖. รับฟังความคิดเห็น ทบทวนประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่องลักษณะของฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลาก ๗. รับฟังความคิดเห็น ร่าง ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่องรถจักรยานยนต์	✕ ✓ ✕ ✕ ✕ ✕ ✕	๑๔.๒๙ 	✕ ✓ ✕ ✕ ✕ ✕ ✕	๑๔.๒๙ 	✕ ✓ ✓ ✓ ✕ ✓ ✓	๗๑.๔๓

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับ แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
กองคุ้มครอง ผู้บริโภค ด้านโฆษณา (กคช.)	๑. ภาพยนตร์โฆษณาตีเด่นทาง โทรทัศน์เพื่อผู้บริโภค ๒. สายลับ ตรวจจับโฆษณา ๓. มอบรางวัล สคบ. อะวอร์ด ๔. การตรวจสอบโฆษณา	✕ ✕ ✕ ✕	○ (อยู่ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)	✕ ✕ ✕ ✕	○ (อยู่ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)	✕ ✕ ✕ ✕	○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)	๑. ภาพยนตร์โฆษณาตีเด่นทาง โทรทัศน์เพื่อผู้บริโภค ๒. สายลับ ตรวจจับโฆษณา ๓. มอบรางวัล สคบ. อะวอร์ด ๔. การตรวจสอบโฆษณา	✕ ✕ ✕ ✕	○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)	✕ ✕ ✕ ✕	○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)	✕ ✕ ✕ ✕	○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับ แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
ศูนย์ทดสอบ พิสูจน์สินค้า (ศูนย์เฝ้าระวัง)	๑. บริหารจัดการศูนย์ทดสอบพิสูจน์ สินค้า	✕	○ (อยู่ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจาก เป็น โครงการ ระยะ ๑๒ เดือน)	✕	○ (อยู่ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจาก เป็น โครงการ ระยะ ๑๒ เดือน)	✕	○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจาก เป็น โครงการ ระยะ ๑๒ เดือน)	๑. บริหารจัดการศูนย์ทดสอบ พิสูจน์สินค้า	✕	○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจาก เป็น โครงการ ระยะ ๑๒ เดือน)	✕	○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจาก เป็น โครงการ ระยะ ๑๒ เดือน)	✕	○ (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจาก เป็น โครงการ ระยะ ๑๒ เดือน)

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับ แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง (กขต.)	๑. สนับสนุนความร่วมมือร่วมกับเครือข่ายสื่อมวลชน ๒. สนับสนุนความรู้ให้แก่เครือข่ายสินค้าระบบออนไลน์ แชนร์ลูกโซ่ ๓. การตรวจสอบธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรงในส่วนภูมิภาค ๔. ทบทวน รับฟังความคิดเห็น พรบ.ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๕๔	✓	๕๐	✓	๕๐	✓	๕๐	๑. สนับสนุนความร่วมมือร่วมกับเครือข่ายสื่อมวลชน ๒. สนับสนุนความรู้ให้แก่เครือข่ายสินค้าระบบออนไลน์ แชนร์ลูกโซ่ ๓. การตรวจสอบธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรงในส่วนภูมิภาค ๔. ทบทวน รับฟังความคิดเห็น พรบ.ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๕๔ ๕. สัมมนาให้ความรู้อุตสาหกรรมขายตรงไทย	✓	๕๐	✓	๕๐	✓	๖๐

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับ แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
สำนักงาน เลขานุการกรม (สลก.)	๑. อบรมพัฒนาความรู้เรื่องพัสดุและการ เบิกจ่าย ๒. อบรมความรู้วินัยข้าราชการตาม ว 43 ๓. สัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนา ศักยภาพของบุคลากร สคบ. ๔. อบรมหลักสูตรพัฒนาทักษะผู้นายกใหม่ ๕. อบรมหลักสูตรการเป็นข้าราชการที่ดี สำหรับข้าราชการใหม่ ๖. จัดส่งบุคลากรอบรมในหลักสูตรต่างๆ ของหน่วยงานภายนอก	✓	๓๓.๓๓	✓	๓๓.๓๓	✓	๕๐	๑. อบรมพัฒนาความรู้เรื่องพัสดุและ การเบิกจ่าย ๒. อบรมความรู้วินัยข้าราชการตาม ว 43 ๓. สัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนา ศักยภาพของบุคลากร สคบ. ๔. อบรมหลักสูตรพัฒนาทักษะผู้นายกใหม่ ๕. อบรมหลักสูตรการเป็นข้าราชการ ที่ดี สำหรับข้าราชการใหม่ ๖. จัดส่งบุคลากรอบรมในหลักสูตร ต่างๆของหน่วยงานภายนอก	✓	๓๓.๓๓	✓	๓๓.๓๓	✓	๕๐
		✗		✗		✓			✗		✗		✓	
		✓		✓		✓			✓		✓		✓	
		✗		✗		✗			✗		✗		✗	
		✗		✗		✗			✗		✗		✗	

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

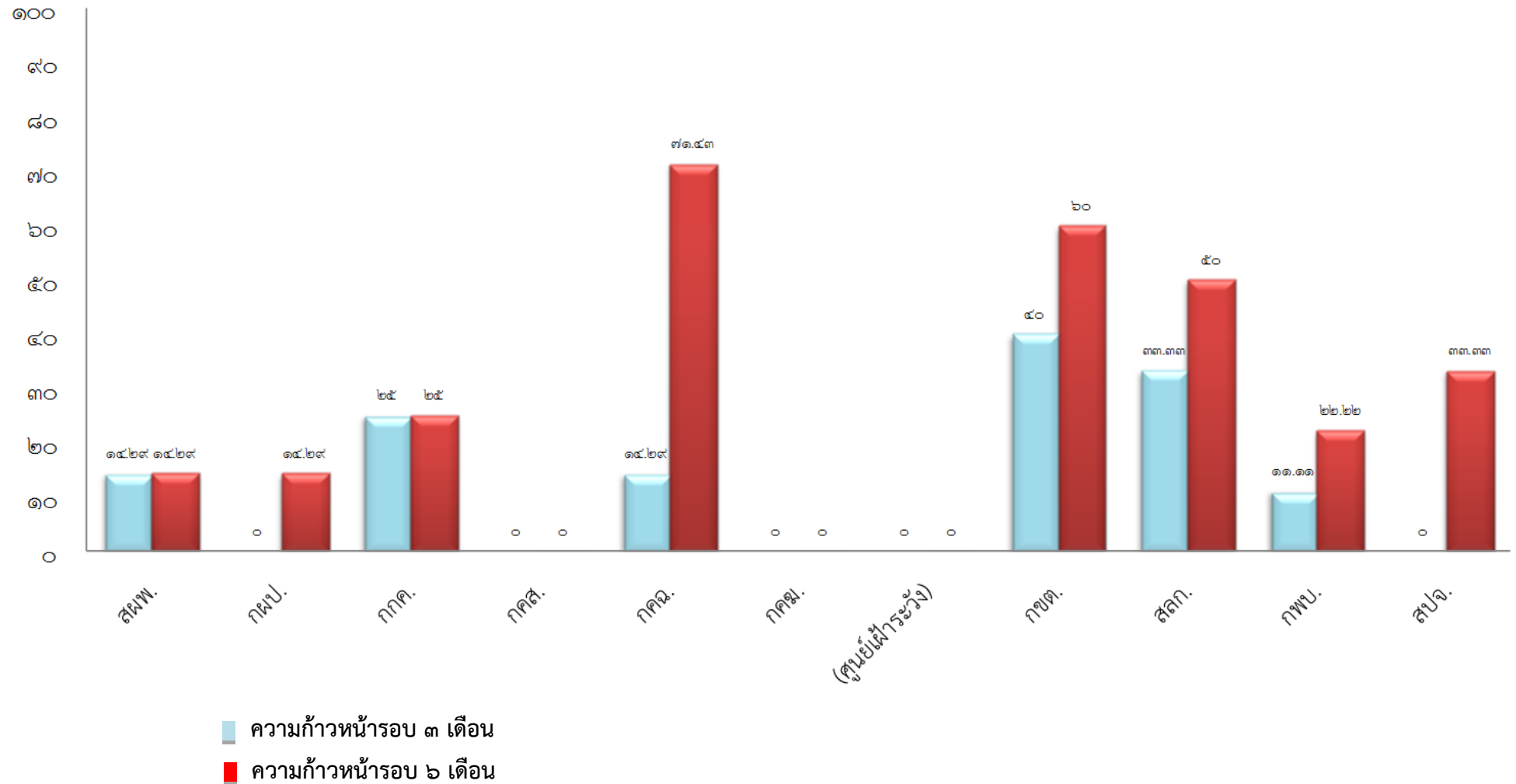
สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับ แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
กลุ่มพัฒนาระบบ บริหาร (กพบ.)	๑. สัมมนาจัดทำคำรับรองและรายงานผลการปฏิบัติราชการประจำปี ๒. การประชุมสัมมนาการพัฒนาาระบบควบคุมภายใน ๓. ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานจัดการปัญหาของผู้บริโภคด้านสัญญา ๔. ประชุมสัมมนา เรื่อง ขั้นตอนและระยะเวลากระบวนการดำเนินงานดำเนินคดีแทนผู้บริโภค และการเปรียบเทียบความผิดตาม พรบ.คุ้มครองผู้บริโภค ๕. ยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ตัวชี้วัดระดับคุณธรรมความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ๖. เสริมสร้างค่านิยมองค์กรของ สคบ. ๗. พัฒนาระบบบริหารงานภายในองค์กร ๘. ประชุมสัมมนาเพื่อทบทวนการจัดทำแผนการบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤติ ๙. พัฒนาสมรรถนะองค์กร	✕ ✕ ✕ ✓ ✕ ✕ ✕ ✕ ✕	๑๑.๑๑ 	✕ ✕ ✕ ✓ ✕ ✕ ✕ ✕ ✕	๑๑.๑๑ 	✕ ✓ ✕ ✓ ✕ ✕ ✕ ✕ ✕	๒๒.๒๒ 	๑. สัมมนาจัดทำคำรับรองและรายงานผลการปฏิบัติราชการประจำปี ๒. การประชุมสัมมนาการพัฒนาาระบบควบคุมภายใน ๓. ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานจัดการปัญหาของผู้บริโภคด้านสัญญา ๔. ประชุมสัมมนา เรื่อง ขั้นตอนและระยะเวลากระบวนการดำเนินงานดำเนินคดีแทนผู้บริโภค และการเปรียบเทียบความผิดตาม พรบ.คุ้มครองผู้บริโภค ๕. ยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ตัวชี้วัดระดับคุณธรรมความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ไม่ใช่งบประมาณ) ๖. เสริมสร้างค่านิยมองค์กรของ สคบ. ๗. พัฒนาระบบบริหารงานภายในองค์กร (ไม่ใช่งบประมาณ) ๘. ประชุมสัมมนาเพื่อทบทวนการจัดทำแผนการบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤติ ๙. พัฒนาสมรรถนะองค์กร (ไม่ใช่งบประมาณ)	✕ ✕ ✕ ✓ ✕ ✕ ✕ ✕ ✕	๑๑.๑๑ 	✕ ✕ ✕ ✓ ✕ ✕ ✕ ✕ ✕	๑๑.๑๑ 	✕ ✓ ✕ ✓ ✕ ✕ ✕ ✕ ✕	๒๒.๒๒

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนัก/กอง	กิจกรรมตามแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)		กิจกรรมภายหลังจากการปรับ แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘	๓ เดือน (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗)		๕ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘)		๖ เดือน (ตุลาคม ๒๕๕๗ - มีนาคม ๒๕๕๘)	
		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย		การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย	การปฏิบัติ	ความคืบหน้า คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย
สำนัก ประสานงานภาค (สพจ.)	๑. สนับสนุนงบประมาณไปยังส่วน ภูมิภาค (โอนเงิน) ๒. สัมมนาเชิงปฏิบัติการ คณะอนุกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำจังหวัด เทศบาล และ อบต.	×	0 (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)	×	0 (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)	✓	๕๐	๑. สนับสนุนงบประมาณไปยัง ส่วนภูมิภาค (โอนเงิน) ๒. สัมมนาเชิงปฏิบัติการ คณะอนุกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำจังหวัด เทศบาล และ อบต. ๓. จัดตั้งสำนักงานประจำเขต และบูรณาการการทำงาน ร่วมกัน	×	0 (อยู่ ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)	×	0 (อยู่ระหว่าง ดำเนินการ เนื่องจากมี กิจกรรม ย่อย)	✓	๓๓.๓๓
ภาพรวมในการดำเนินโครงการของ สศบ.		๑๒.๓๒		๑๒.๓๒		๒๖.๘๖		ภาพรวมในการดำเนินโครงการของ สศบ.	๑๒.๕๕		๑๒.๕๕		๒๖.๔๑	

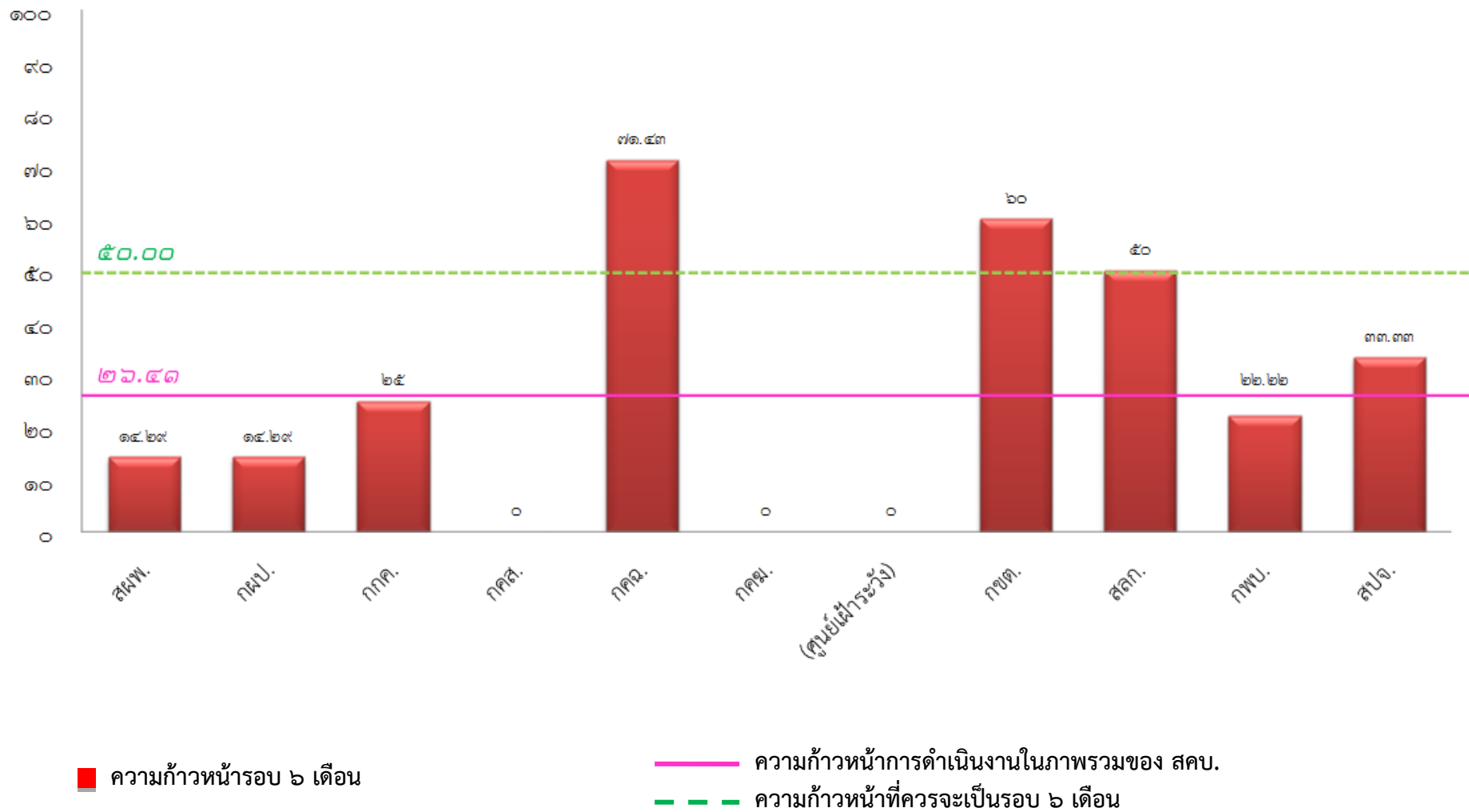
โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ผลการติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานรายหน่วยงาน (คำนวณความสำเร็จจากกิจกรรม)
เปรียบเทียบระหว่างรอบ ๓ เดือน กับ รอบ ๖ เดือน



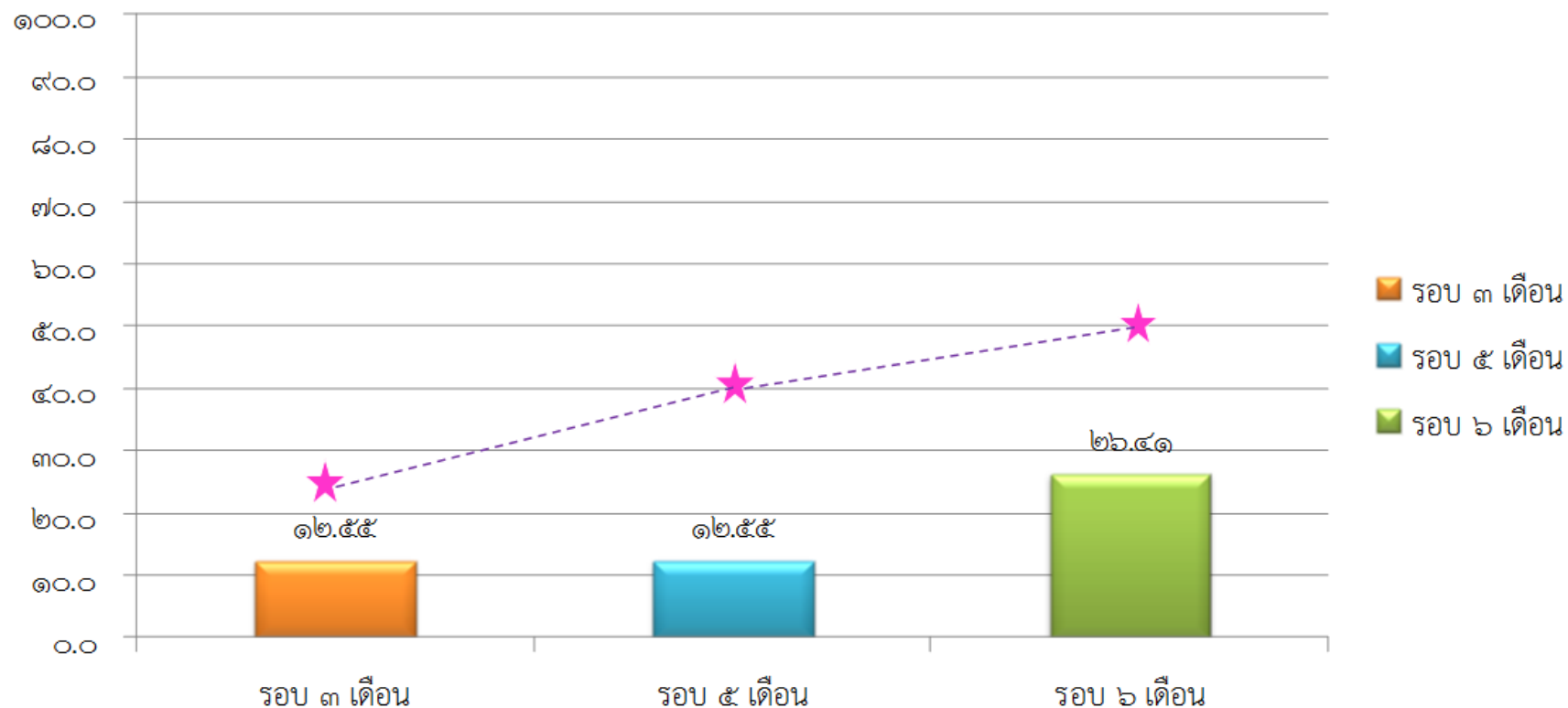
โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ผลการติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานรายหน่วยงาน (คำนวณความสำเร็จจากกิจกรรม) รอบ ๖ เดือน



โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ผลการติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานในภาพรวม (คำนวณความสำเร็จจากกิจกรรม)
เปรียบเทียบระหว่างรอบ ๓ เดือน ๕ เดือน และรอบ ๖ เดือน



★ ความก้าวหน้าที่จะเป็นในรอบ ๓ เดือน ๕ เดือน และ ๖ เดือน

รายงานความก้าวหน้าตัวชี้วัดรายยุทธศาสตร์ รอบ ๖ เดือน

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	ผลลัพธ์	คะแนน	คะแนนเฉลี่ย
ยุทธศาสตร์ที่ ๑				
	๓. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	๗๕	-	
	๔. จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้รับการจัดทำ/ทบทวน/ปรับปรุง	๙	-	-
ยุทธศาสตร์ที่ ๒				
	๑. ร้อยละของจำนวนภาคีเครือข่ายต่อความสำเร็จในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.	๙๑.๗๓		
ยุทธศาสตร์ที่ ๓				
	๑. ร้อยละของผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคที่ สคบ. ดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	๘๒.๓๖		
	๒. ร้อยละของผลการสำรวจระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชนจากสำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๒๖.๕		
ยุทธศาสตร์ที่ ๔				
	๑. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์กร	-	-	-
	๒. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาบุคลากร	-	-	-

ผลการดำเนินงานภายใต้
ยุทธศาสตร์ต่างๆ อยู่ใน
ในช่วงไตรมาสที่ ๒ ของ
ปีงบประมาณ ๒๕๕๘
ผลลัพธ์ดังกล่าวอยู่ใน
ระหว่างการดำเนินการ
ระหว่างปียังไม่ถือเป็น
ผลลัพธ์สุดท้าย

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ผลการติดตามตัวชี้วัดรายมิติ รอบ ๖ เดือน

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ผลการดำเนินงานในอดีต					ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘					คะแนน	ค่าเฉลี่ย
		๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๑	๒	๓	๔	๕		
๑. มิติประสิทธิผลตามพันธกิจ													
<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค 	ร้อยละ	๗๐	๗๓	๘๐	๘๐	๖๖.๖	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐	๗๕	-
<ul style="list-style-type: none"> จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดทำ/ทบทวน/ปรับปรุง 	จำนวน	-*	๖	๖	๑๖	๒	๖	๙	๑๒	๑๕	๑๘	๙	
<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของจำนวนภาคีเครือข่ายต่อความสำเร็จในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ. 	ร้อยละ	-*	-*	๙๒.๙๖	๗๔	๑๐๐	๘๐	๘๕	๙๐	๙๕	๑๐๐	๙๑.๗๓	
<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ 	ร้อยละ	๘๘.๔๒	๗๙.๖๔	๘๐.๑๒	๗๙.๒๔	๖๑.๑๓	๔๐	๕๐	๖๐	๗๐	๘๐	๘๒.๓๖	

หมายเหตุ : * หมายถึง ไม่มีข้อมูลสถิติ

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ผลการดำเนินงานในอดีต					๒๕๕๗	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๖					คะแนน	ค่าเฉลี่ย
		๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๑		๒	๓	๔	๕			
๒. มิติคุณภาพการให้บริการ														
ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	๗๕	๗๔.๐๔	๖๒	๗๓.๔	๗๑	๖๐	๖๕	๗๐	๗๕	๘๐	-	-	

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ผลการดำเนินงานในอดีต					ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๖					คะแนน	ค่าเฉลี่ย
		๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๑	๒	๓	๔	๕		
๓. มิติประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน													
<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของผลการสำรวจระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 	ร้อยละ	-*	๘๐.๔	๗๓.๖	๖๙.๓๓	๖๑.๒๙	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	๒๖.๕	-

หมายเหตุ : * หมายถึง ไม่มีข้อมูลสถิติ

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ผลการดำเนินงานในอดีต					ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๖					คะแนน	ค่าเฉลี่ย
		๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๑	๒	๓	๔	๕		
๔. มิติการพัฒนาองค์กร													
<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์กรและบุคลากร 	ร้อยละ	-*	-*	-*	๙๕	๑๐๐	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐	-	-

หมายเหตุ : * หมายถึง ไม่มีข้อมูลสถิติ

เมื่อพิจารณารายละเอียดกิจกรรมสำคัญตามประเด็นยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีการดำเนินการกิจกรรมสำคัญทั้งหมด ๘ กิจกรรมที่สนับสนุนความสำเร็จขององค์กร โดยประกอบด้วย ผู้รับผิดชอบหลักและให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ดังต่อไปนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์	กิจกรรมสำคัญหลัก	ผู้รับผิดชอบหลักและผู้ให้ข้อมูล	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายของตัวชี้วัด	ผลลัพธ์ (รอบ ๖ เดือน)
๑. การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล	๑. การออกตรวจ	กคณ. กคส. กขต. กคฆ.	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๗๕
	๒. การแก้ไขปัญหาจากข้อร้องเรียน	กคณ. กคส. กขต. กคฆ. กกค. กผป. (๑๑๖๖)	จำนวนกฎหมายระเบียบข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดทำ/ ทบทวน/ ปรับปรุง	๖ ฉบับ	๙ ฉบับ
	๓. การทบทวนกฎหมาย	กคณ. กคส. กขต. กกค.	ร้อยละของจำนวนภาคีเครือข่ายต่อความสำเร็จในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.	ร้อยละ ๙๐	ร้อยละ ๙๑.๗๓
๒. การบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภค	๔. ดำเนินการในเขตกรุงเทพมหานคร และอีก ๗๖ จังหวัด - สนับสนุนความร่วมมือของเครือข่ายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร - สนับสนุนความร่วมมือของเครือข่ายและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมการดำเนินงานกับ สคบ. ใน ๗๖ จังหวัด	สมพ. สปจ.			

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ประเด็นยุทธศาสตร์	กิจกรรมสำคัญหลัก	ผู้รับผิดชอบหลักและผู้ให้ข้อมูล	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายของตัวชี้วัด	ผลลัพธ์ (รอบ ๖ เดือน)
๓. การส่งเสริมศักยภาพผู้บริหาร	๕. กิจกรรม สคบ. สัญจร	กผป.	ร้อยละของผล การสำรวจ ความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับ สิทธิผู้บริโภคที่ สคบ. ดำเนินการ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๘๒.๓๖
	๖. กิจกรรมการ เผยแพร่สื่อ		ร้อยละของผล การสำรวจ ระดับการรับรู้ ข่าวสารของ ประชาชนจาก สำนักงาน คณะกรรมการ คຸ້ມຄອງ ผู้บริโภค	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๒๖.๕
๔. การ บริหาร องค์กรสู่ ความเป็น เลิศ	๗. แผนพัฒนา องค์กร	กพบ.	ร้อยละ ความสำเร็จ ของการ ดำเนินการ ตาม แผนพัฒนา องค์กร	ร้อยละ ๗๐	N/A
	๘. แผนพัฒนา บุคลากร	กจ.	ร้อยละ ความสำเร็จ ของการ ดำเนินการ ตาม แผนพัฒนา บุคลากร	ร้อยละ ๘๐	N/A

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การออกตรวจ
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองฉลาก (กคฉ.)

วัตถุประสงค์

- ตรวจสอบฉลากสินค้า
- ดูแลสินค้าอันตรายตามคำสั่งของ คคช.

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๘ คน
- งบประมาณ ๒๔๐,๐๐๐ บาท

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

ร้อยละ ๒๕

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

งานด่วนระดับนโยบายเข้ามาแทรกแซงระหว่างการดำเนินงาน

กระบวนการ

ดำเนินการตรวจตามแผนปีละ ๘ ครั้ง

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- ผู้ประกอบการธุรกิจจัดทำและดำเนินการด้านฉลากได้ถูกต้องตามกฎหมาย
- ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่มีฉลากถูกต้อง และได้รับความปลอดภัยจากการซื้อสินค้า

เชิงปริมาณ

- จำนวนการออกตรวจตามแผนที่กำหนด
- จำนวนการให้ความร่วมมือในการแก้ไขฉลากให้เป็นไปตามกฎหมาย

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

ปริมาณงานมีเป็นจำนวนมาก
ไม่สอดคล้องกับจำนวนบุคลากร

แนวทางการพัฒนา

- ให้ความรู้กับผู้ประกอบการมากขึ้น
- ดำเนินการเข้าถึงผู้ประกอบการให้มากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การออกตรวจ
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองสัญญา (กคส.)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้ปฏิบัติตามถูกต้องตามประกาศของ สคบ.
2. เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้สิทธิหน้าที่เกี่ยวกับประกาศ
3. บูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคของ สคบ.กับจังหวัด และท้องถิ่น

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

1. จำนวนบุคลากร ๑๕ คน
กองสัญญา (กคส.) , กองโฆษณา (กคช.)
2. งบประมาณ ๔๐๐,๐๐๐ บาท
3. ดำเนินการร่วมกับเจ้าหน้าที่จังหวัดและเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น

ความคืบหน้าของการดำเนินการ
ร้อยละ ๒๕

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน
ความร่วมมือของผู้ประกอบการกับการออกตรวจของ สคบ.

กระบวนการ

ดำเนินการตรวจตามแผนปีละ ๘ ครั้ง

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

1. สร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ
2. ลดปริมาณเรื่องร้องเรียน

เชิงปริมาณ

1. จำนวนการออกตรวจตามแผนที่กำหนด
2. จำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือในการแก้ไขให้เป็นไปตามกฎหมาย

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

การออกตรวจส่งผลกระทบต่องานหลักและงานอื่นๆ
ของกอง

แนวทางการพัฒนา

พัฒนาช่องทางให้ความรู้ และความตระหนักของ
ผู้บริโภคเกี่ยวกับสิทธิต่างๆ

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การออกตรวจ

หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง (กขต.)

วัตถุประสงค์

กำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงให้เป็นไปตามกฎหมาย

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๕ คน
- งบประมาณ งบดำเนินงานประจำ

กระบวนการ

- ออกตรวจจากเรื่องร้องเรียน
- สุ่มตรวจ

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- สร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ
- ลดปริมาณเรื่องร้องเรียน

เชิงปริมาณ

- จำนวนการออกตรวจตามแผนที่กำหนด
- จำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือและดำเนินการเป็นไปตามกฎหมาย

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

- โครงสร้างภายในยังไม่ชัดเจน
- บุคลากรไม่เพียงพอ
- กฎหมายล้าสมัย

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

สามารถดำเนินการแล้วเสร็จได้ ๑๐๐% เมื่อมีการออกตรวจ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

การดำเนินงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ตำรวจ DSI ไม่สามารถกำหนดเวลาได้ รวมทั้งสถานการณ์การเมือง สภาพเศรษฐกิจ ที่ไม่แน่นอน

แนวทางการพัฒนา

- ทบทวนและพัฒนาโครงสร้างภายในให้ชัดเจน
- วิเคราะห์ปริมาณงานเพื่อเพิ่มจำนวนบุคลากรให้เพียงพอ
- ปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัย

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘

ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การออกตรวจ
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองโฆษณา (กคช.)

วัตถุประสงค์

กำกับดูแล ควบคุม และตรวจสอบการโฆษณา

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๑๒ คน
- งบประมาณ งบดำเนินงานประจำ

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

สามารถดำเนินการแล้วเสร็จได้ ร้อยละ ๑๐๐
เมื่อมีการออกตรวจ

กระบวนการ

- ออกตรวจจากเรื่องร้องเรียน
- สุ่มตรวจตามแผน

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

อิทธิพลในพื้นที่บางแห่งในต่างจังหวัด

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- สร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ
- ลดปริมาณเรื่องร้องเรียน

เชิงปริมาณ

- จำนวนการออกตรวจตามแผนที่กำหนด
- จำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือและดำเนินการเป็นไปตามกฎหมาย

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

- บุคลากรไม่เพียงพอ
- อุปกรณ์ เช่น เครื่องอัด ภาพถ่าย
ลำสมัยและไม่เพียงพอ

แนวทางการพัฒนา

- วิเคราะห์ปริมาณงานเพื่อเพิ่มจำนวนบุคลากรให้เพียงพอ
- เพิ่มอุปกรณ์ เช่น เครื่องอัด ภาพถ่าย ให้สมัยและเพียงพอ

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การแก้ไขปัญหาจากข้อร้องเรียน
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองฉลาก (กคฉ.)

วัตถุประสงค์

แก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของผู้บริโภค

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๑๕ คน
- งบประมาณ งบดำเนินงานประจำ
- กคฉ. (รับเรื่อง) อนุกรรมการใกล้เคียง

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

N/A

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

- ปริมาณงานมีมาก
- ประสิทธิภาพของกระบวนการคัดกรอง

กระบวนการ

- ออกตรวจจากเรื่องร้องเรียน
- สุ่มตรวจตามแผน

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- สามารถเจรจาไกล่เกลี่ยให้กับผู้บริโภคได้
- ดำเนินการตามกฎหมาย
- ลดปริมาณเรื่องร้องเรียน

เชิงปริมาณ

- จำนวนการรับเรื่องร้องทุกข์
- จำนวนการนำเข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ย

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

- อุปกรณ์การสื่อสารไม่เพียงพอในการติดต่อ
- ข้อระเบียบกฎหมายที่ไม่สอดคล้องกับ
ภาวะปัจจุบัน

แนวทางการพัฒนา

- ปรับกระบวนการใหม่ ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นในการปฏิบัติงาน
- ทบทวนอัตราค่าสิ่งให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน
- ปรับปรุงอุปกรณ์สื่อสาร และสำนักงานให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การแก้ไขปัญหาจากข้อร้องเรียน
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองสัญญา (กคส.)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน
2. เพื่อลดจำนวนเรื่องค้างการพิจารณาอย่างน้อยลง
3. ป้องกันปัญหาการละเมิดสิทธิ

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

๑. จำนวนบุคลากร ๔๐ คน
๒. งบประมาณ ๕๐๐,๐๐๐ บาท

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

N/A

กระบวนการ

๑. รับเรื่อง
๒. คัดกรอง หรือพิจารณา (ภายใน ๑๕ วัน)
๓. เสนอคณะกรรมการใกล้เคียง
๔. เสนอคณะอนุกรรมการกลั่นกรอง

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

๑. การสร้างความรู้ความเข้าใจสิทธิของ สคบ.
๒. ความร่วมมือ หรือจิตสำนึกของผู้ประกอบการ
ธุรกิจในการรักษาสีทธิของผู้บริโภค
๓. ผู้บริโภคไม่รักษาสีทธิของตัวเอง

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

๑. แก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๒. ลดขั้นตอน หรือกระบวนการ การร้องเรียน
๓. เพิ่มช่องทางการร้องเรียน การให้ข้อมูลกับผู้บริโภคกับสื่อต่างๆ

เชิงปริมาณ

๑. จำนวนการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค
๒. ลดปริมาณเรื่องร้องเรียน

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

๑. ระบบฐานข้อมูลมีการจัดการไม่เป็นระบบ
๒. มีปัญหาด้านการเปลี่ยนเจ้าหน้าที่บ่อยครั้ง

แนวทางการพัฒนา

๑. ควรประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก
๒. ถอดบทเรียนโดยเน้นประเด็นปัญหาหลักในการสื่อสารประชาสัมพันธ์มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การแก้ไขปัญหาจากข้อร้องเรียน
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง (กขต.)

วัตถุประสงค์

แก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๗ คน
- งบประมาณ งบดำเนินงานประจำ

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

สามารถดำเนินการแล้วเสร็จได้ ร้อยละ ๑๐๐

กระบวนการ

- รับเรื่องร้องเรียน
- พิจารณาเอกสาร
- ออกตรวจ
- ดำเนินคดี (หากมีความผิดตามร้องเรียน)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

การดำเนินงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ตำรวจ DSI ไม่สามารถกำหนดเวลาได้ รวมทั้งสถานการณ์การเมือง สภาพเศรษฐกิจ และความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในการจัดทำเอกสาร

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- แก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ลดขั้นตอน หรือกระบวนการ การร้องเรียน

เชิงปริมาณ

- จำนวนการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค
- ลดปริมาณเรื่องร้องเรียน

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

- กระบวนการยังไม่ชัดเจน
- บุคลากรไม่เพียงพอ
- บุคลากรเข้า-ออก บ่อย
- กฎหมายล้าสมัย

แนวทางการพัฒนา

- ทบทวนและพัฒนาโครงสร้างภายในให้ชัดเจน
- วิเคราะห์ปริมาณงานเพื่อเพิ่มจำนวนบุคลากรให้เพียงพอ
- ปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัย

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การแก้ไขปัญหาจากข้อร้องเรียน
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองโฆษณา (กคช.)

วัตถุประสงค์

แก้ไขเรื่องร้องเรียนให้กับผู้บริโภค

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๙ คน
- งบประมาณ งบดำเนินงานประจำ

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

สามารถดำเนินการได้ตามกรอบเวลาและขั้นตอน

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

ความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค

กระบวนการ

- รับเรื่องร้องเรียน
- ตรวจสอบและพิจารณาหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ไกล่เกลี่ย
- ดำเนินคดี (หากไกล่เกลี่ยไม่สำเร็จ)

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- แก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ลดขั้นตอน หรือกระบวนการ การร้องเรียน

เชิงปริมาณ

จำนวนการแก้ไขเรื่องร้องเรียน

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

ปริมาณงานเพิ่มขึ้น จำนวนบุคลากรเท่าเดิม

แนวทางการพัฒนา

- วิเคราะห์ปริมาณงานเพื่อเพิ่มจำนวนบุคลากรให้เพียงพอ
- ให้ความรู้ประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การแก้ไขปัญหาจากข้อร้องเรียน
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองกฎหมายและคดี (กกค.) (การดำเนินคดี)
วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเยียวยาความเสียหายของผู้บริโภค
๒. การนำคดีขึ้นสู่ศาล (การฟ้องคดี)
๓. ดำเนินการบังคับคดี

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

๑. จำนวนบุคลากร ๓๓ คน
๒. งบประมาณ ๑,๓๐๐,๐๐๐ บาท
๓. ส่วนคดีดำเนินการ
ส่งเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคดำเนินคดี

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

การติดตามผลคดีความคืบหน้าประมาณ ร้อยละ ๑๐๐

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

๑. ปริมาณงานมีมาก
๒. ประสิทธิภาพของกระบวนการคัดกรอง

กระบวนการ

๑. นิติกรประสานคดีร่วมกับพนักงานอัยการดูแลคดีผู้บริโภคในศาล
๒. ข้าราชการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับมอบหมายทำคำฟ้องและดำเนินกระบวนการในศาล

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

๑. ศาลมีคำพิพากษามาให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคชนะคดี
๒. ผู้บริโภคได้รับชำระหนี้ตามคำพิพากษา

เชิงปริมาณ

๑. สามารถส่งคดีให้เจ้าหน้าที่ดำเนินคดีได้ตามมติ คคช. สอดรับจำนวนผู้บริโภคที่ยื่นร้องเรียนเข้ามาร้อยละร้อย
๒. จำนวนผู้บริโภคได้รับชำระหนี้ตามคำพิพากษา

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

๑. จำนวนบุคลากรมีไม่เพียงพอ
๒. ความยืดหยุ่นในการทำงานที่มีปัจจัยภายนอกมาเป็นตัวกำหนด
๓. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกระบวนการยังขาดความเข้าใจในกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางการพัฒนา

๑. การคัดเลือกควรมีความยืดหยุ่นเพื่อให้ได้บุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่งและลักษณะงานที่ต้องดำเนินการ
๒. จัดสรรอัตรากำลังให้เหมาะสมและเพียงพอต่อการดำเนินคดี

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การแก้ไขปัญหาจากข้อร้องเรียน
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองกฎหมายและคดี (กกค.) (กระบวนการบังคับคดี)

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเยียวยาความเสียหายของผู้บริโภค
๒. การนำคดีขึ้นสู่ศาล (การฟ้องคดี)
๓. ดำเนินการบังคับคดี

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

๑. จำนวนบุคลากร ๙ คน
๒. งบประมาณ งบดำเนินงานประจำ

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

N/A

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

๑. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงาน เช่น เครื่องชี้ตำแหน่งที่ดิน
๒. อุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสารไม่เพียงพอ

กระบวนการ

๑. เริ่มต้นเมื่อศาลมีคำพิพากษาให้จำเลยชำระหนี้ตามคำพิพากษาแต่จำเลยไม่ได้ชำระหนี้จึงมีการออกหมายบังคับคดีกับทรัพย์สินของจำเลย
๒. สืบเสาะหาทรัพย์สินของจำเลยเมื่อปรากฏว่ามีทรัพย์สิน
๓. นำเจ้าพนักงานบังคับคดีมายึดทรัพย์สินนำมาขายทอดตลาดและนำเงินนั้นมาชำระคืนตามคำพิพากษาแก่ผู้บริโภค

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

ผู้บริโภคได้รับชำระหนี้ตามคำพิพากษา

เชิงปริมาณ

๑. จำนวนในการสืบเสาะหาทรัพย์สิน
๒. ระยะเวลาในการนำเจ้าหน้าที่บังคับคดีไปยึด และอายัดทรัพย์สินของจำเลย เพื่อนำไปสู่การขายทอดตลาด

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

๑. บุคลากรไม่เพียงพอ
๒. อุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสารไม่เพียงพอ
๓. ระเบียบกฎหมายของหน่วยงานภายนอกทำให้ไม่ดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว เช่น ระเบียบกรมที่ดินว่าด้วยการตรวจสอบกรรมสิทธิ์ที่ดิน จะต้องให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบที่ดินเดินทางไปตรวจสอบที่ดินในพื้นที่

แนวทางการพัฒนา

๑. ควบรวมฐานการบังคับคดีเป็นสำนักงานภายในที่มีโครงสร้างการบริหารอย่างชัดเจน
๒. กำหนดให้ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการตรวจสอบข้อเท็จจริงในกระบวนการดูแลประชาชนตามกฎหมาย
๓. ควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสืบเสาะแสวงหาทรัพย์สินของจำเลยตามคำพิพากษาการดำเนินคดี

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘

ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ พัฒนากลไกการตรวจสอบ การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และรับรองสินค้าและบริการ
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหา แก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียน
ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การแก้ไขปัญหาจากข้อร้องเรียน
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองเผยแพร่ (กผป.) ๑๑๖๖

วัตถุประสงค์

รับเรื่องราวร้องทุกข์

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๑๗ คน
- งบประมาณ จ้างเหมาบุคลากร

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

ร้อยละ ๑๐๐

กระบวนการ

- รับเรื่องราวร้องทุกข์และให้คำปรึกษา
- ส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

ผู้ร้องขาดความเข้าใจในการกรอกแบบฟอร์ม

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- แก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ลดขั้นตอน หรือกระบวนการ การร้องเรียน

เชิงปริมาณ

- จำนวนการรับสายต่อเดือน
- จำนวนการรับเรื่องต่อเดือน

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

- เปลี่ยนบุคลากรบ่อย (จ้างเหมา)
- อุปกรณ์ไม่เพียงพอและล้าสมัย

แนวทางการพัฒนา

- ควรมีอัตรากำลังประจำ
- นำระบบออนไลน์มาใช้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๓ มีกลไกพัฒนา ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เหมาะสม และมีความทันสมัย
ตัวชี้วัด จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดทำ/ทบทวน/ปรับปรุง

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การทบทวนกฎหมาย
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองฉลาก (กคฉ.)

วัตถุประสงค์

- ปรับปรุงระบบให้ทันต่อพฤติกรรมเออาร์ดีเอเปียบบของผู้ประกอบการ หรือทันต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในอนาคต
- ปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยต่อการประกอบธุรกิจ

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดทำ/ทบทวน/ปรับปรุง	จำนวน	๖	๙	๑๒	๑๕	๑๘

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๘ คน
- งบประมาณ งบดำเนินงานประจำ

ความคืบหน้าของการดำเนินการ
ร้อยละ ๘๐

กระบวนการ

- รวบรวมปัญหา
- จัดประชุมสินค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- สรุปผล เสนอกรรมการ
- นำผลจากการประชุมไปสู่การแก้ไขกฎหมาย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน
ผู้ประกอบการไม่ให้ความร่วมมือ

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- การแก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยขึ้น
- ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น
- ป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เชิงปริมาณ

- จำนวนการทบทวนกฎหมาย
- จำนวนผลการทบทวน (กำลังรอผลการพิจารณา)

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

ปริมาณมีมาก

แนวทางการพัฒนา

คณะทำงานจะต้องมีการทบทวนกฎหมายให้ทันสมัยต่อเหตุการณ์มากขึ้น

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๓ มีกลไกพัฒนา ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เหมาะสม และมีความทันสมัย
ตัวชี้วัด จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดทำ/ทบทวน/ปรับปรุง

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การทบทวนกฎหมาย
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองสัญญา (กคส.)

วัตถุประสงค์

- ปรับปรุงระบบให้ทันต่อพฤติกรรมเออาร์ดีเอเปียบของผู้ประกอบการ หรือทันต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในอนาคต
- ปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยต่อการประกอบธุรกิจ

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
● จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดทำ/ทบทวน/ปรับปรุง	จำนวน	๖	๙	๑๒	๑๕	๑๘

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๕ คน
- งบประมาณ ๕๐๐,๐๐๐ บาท

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

ร้อยละ ๑๐๐

กระบวนการ

- อนุกรรมการศึกษา
- เสนอเลขาธิการฯ
- เสนอคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา
- ยกร่างประชาพิจารณ์
- ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

- ความร่วมมือของกลุ่มผู้ประกอบการเป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจ
- การขาดช่วงของคณะกรรมการทำให้ขาดกรรมการส่งผลดำเนินการล่าช้า

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- การแก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยขึ้น
- ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น
- ป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เชิงปริมาณ

- จำนวนการทบทวนกฎหมาย
- จำนวนผลการทบทวน (กำลังรอผลการพิจารณา)

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

ขาดงบประมาณในการจัดทำกรรับฟังความคิดเห็น

แนวทางการพัฒนา

ควรศึกษาถึงปัญหาต่างๆ ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น เพื่อพิจารณาทบทวน และปรับปรุงประกาศให้มีความเป็นรูปธรรม

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘

ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๑.๓ มีกลไกพัฒนา ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เหมาะสม และมีความทันสมัย
ตัวชี้วัด จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดทำ/ทบทวน/ปรับปรุง

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ การทบทวนกฎหมาย
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง (กขต.)

วัตถุประสงค์

เพิ่มหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลบริษัทขายตรงที่สอดคล้องต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

ตัวชี้วัด

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
● จำนวนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดทำ/ทบทวน/ปรับปรุง	จำนวน	๖	๙	๑๒	๑๕	๑๘

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๘ คน
- งบประมาณ ๕๐๐,๐๐๐ บาท

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

ร้อยละ ๑๐๐

กระบวนการ

- พิจารณากฎหมาย
- ยกร่างประชาพิจารณ์
- เสนอคณะรัฐมนตรี
- เสนอสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

- สถานการณ์การเมือง
- การคัดค้านของผู้ประกอบการขายตรง
- กระบวนการในการพิจารณาร่างกฎหมายใช้เวลานาน

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- การแก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยขึ้น
- ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น
- ป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เชิงปริมาณ

- จำนวนการทบทวนกฎหมาย
- จำนวนผลการทบทวน (กำลังรอผลการพิจารณา)

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

บุคลากรไม่เพียงพอ

แนวทางการพัฒนา

วิเคราะห์ปริมาณงานขายตรงทั้งหมดเพื่อเพิ่มจำนวนบุคลากรให้เพียงพอ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภค
กลยุทธ์ที่ ๒.๑ ส่งเสริม สนับสนุนความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๒.๒ เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ในการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค
ตัวชี้วัด ร้อยละของจำนวนภาคีเครือข่ายต่อความสำเร็จในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ ดำเนินการในเขตกรุงเทพมหานคร : สนับสนุนความร่วมมือของเครือข่ายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ สำนักแผน (สพพ.)

วัตถุประสงค์

1. เพิ่มศักยภาพของชมรมคุ้มครองผู้บริโภค
2. สนับสนุนการดำเนินงานของชมรมฯ
3. พัฒนาทักษะของบุคลากรชมรมฯ

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละของจำนวนภาคีเครือข่ายต่อความสำเร็จในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.	ร้อยละ	๘๐	๘๕	๙๐	๙๕	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

1. จำนวนบุคลากร ๓ คน
2. ขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานอื่นๆ

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

ร้อยละ ๓๐

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

N/A

กระบวนการ

1. วางแผนดำเนินการในเขตกรุงเทพมหานคร : สนับสนุนความร่วมมือของเครือข่ายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. ประสานกลุ่มเป้าหมาย และสอบถามความต้องการ
3. ติดตามผลการดำเนินงาน
4. ทบทวนผลการดำเนินการ

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

1. ช่วยลดปริมาณงานที่เข้ามาสู่สำนักงาน
2. เพิ่มศักยภาพในการเผยแพร่ให้กับ สคบ.

เชิงปริมาณ

จำนวนเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

ระเบียบเบิกจ่ายไม่เอื้อต่อการสนับสนุนเครือข่าย

แนวทางการพัฒนา

1. ควรดำเนินการพัฒนาทักษะที่มีความหลากหลายในการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การพัฒนาทักษะการไกล่เกลี่ย และกฎหมายที่เกี่ยวข้องการพัฒนาทักษะวิทยากร
2. ขยายเครือข่าย กลุ่มเป้าหมายในภาคส่วนอื่นๆ

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภค
กลยุทธ์ที่ ๒.๑ ส่งเสริม สนับสนุนความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล
กลยุทธ์ที่ ๒.๒ เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ในการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค
ตัวชี้วัด ร้อยละของจำนวนภาคีเครือข่ายต่อความสำเร็จในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ สนับสนุนความร่วมมือของเครือข่ายและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมการดำเนินงานกับ สคบ. ใน ๗๖ จังหวัด

หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ สำนักประสานงานภาคฯ (สปจ.)

วัตถุประสงค์

- จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเขตขึ้นจำนวน ๙ เขต
- ดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานให้แล้วเสร็จ
- จัดการซื้อร่องเรียนแบบบูรณาการ

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๘				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละของจำนวนภาคีเครือข่ายต่อความสำเร็จในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.	ร้อยละ	๘๐	๘๕	๙๐	๙๕	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๑๐ คน
- งบประมาณ ๙,๐๐๐,๐๐๐ บาท
- คณะทำงาน

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

ร้อยละ ๓๐

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

N/A

กระบวนการ

- วางแผนดำเนินการ
: สนับสนุนความร่วมมือของเครือข่ายและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมการดำเนินงานกับ สคบ. ใน ๗๖ จังหวัด
- จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเขตขึ้นจำนวน ๙ เขต

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- กระบวนการจัดการซื้อร่องเรียนมีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ
- ตรวจสอบผู้ประกอบการให้มีความธรรมมากขึ้น
- ประชาชนได้รับความรู้และการคุ้มครองสิทธิ

เชิงปริมาณ

การจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเขตขึ้นจำนวน ๙ เขต

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

- ขาดบุคลากร
- ทักษะของบุคลากร
- ความร่วมมือของบุคลากร
- ระเบียบข้อบังคับระยะเวลาในการจัดซื้อจัดจ้าง

แนวทางการพัฒนา

N/A

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภค
กลยุทธ์ที่ ๓.๑ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ รวมถึงสิทธิของผู้บริโภคตามกฎหมาย
ตัวชี้วัด
๓. ร้อยละของผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคที่ สคบ. ดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์
๔. ร้อยละของผลการสำรวจระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ กิจกรรม สคบ.สัญจร
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองเผยแพร่ (กผป.)

วัตถุประสงค์

๑. การประชาสัมพันธ์องค์กร
๒. สร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนและหน่วยงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๖				
		๑	๒	๓	๔	๕
<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ 	ร้อยละ	๔๐	๕๐	๖๐	๗๐	๘๐
<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของผลการสำรวจระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 	ร้อยละ	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

๑. จำนวนบุคลากร ๒๐ คน
๒. งบประมาณ ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท

กระบวนการ

๑. สุ่มตรวจผู้ประกอบการ ๔ งาน
๒. สัมมนาให้ความรู้

ผลลัพธ์

สามารถดำเนินกิจกรรมได้สอดคล้องกับเป้าหมายและครบถ้วน

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

ดำเนินการไปแล้ว ๒ ครั้ง จาก ๖ ครั้ง

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

ความพร้อมของจังหวัดกลุ่มเป้าหมาย (สคบ.จังหวัด) เตรียมความพร้อมได้ล่าช้า

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

N/A

แนวทางการพัฒนา

N/A

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภค
กลยุทธ์ที่ ๓.๑ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ รวมถึงสิทธิของผู้บริโภคตามกฎหมาย
ตัวชี้วัด
๑. ร้อยละของผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคที่ สคบ. ดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์
๒. ร้อยละของผลการสำรวจระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ กิจกรรมการเผยแพร่สื่อ
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กองเผยแพร่ (กผป.)

วัตถุประสงค์

สร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างประชาชนกับ สคบ.

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๖				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละของผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	ร้อยละ	๔๐	๕๐	๖๐	๗๐	๘๐
• ร้อยละของผลการสำรวจระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๒๐ คน
- งบประมาณ ๑๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท

กระบวนการ

จ้างจัดทำสื่อและประชาสัมพันธ์

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค

เชิงปริมาณ

- จำนวนสื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่
- จำนวนวิดีโอที่เผยแพร่
- จำนวนการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารที่เผยแพร่

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

ดำเนินการไปแล้ว ๒ ครั้ง จาก ๖ ครั้ง

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

ไม่สามารถทำสื่อครอบคลุมช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ได้ เช่น ทีวีสิตีจิตอล (งบประมาณจำกัด)

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

- งบประมาณจำกัด
- ไม่มีแผนประชาสัมพันธ์

แนวทางการพัฒนา

- เพิ่มงบประมาณ
- เพิ่มช่องทางการสื่อสาร
- จัดทำแผนประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ
กลยุทธ์ที่ ๔.๑ ปรับปรุงโครงสร้าง และพัฒนาการบริหารองค์กรให้เหมาะสมกับภารกิจในการทำงาน
ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์กร

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาองค์กร
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร (กพบ.)

วัตถุประสงค์

เตรียมความพร้อมเข้าสู่การประเมินระดับก้าวหน้า

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๖				
		๑	๒	๓	๔	๕
<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละ ความสำเร็จ ของ การ ดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์กร 	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

๑. จ้างที่ปรึกษา
๒. งบประมาณ ๘๐๐,๐๐๐ บาท

กระบวนการ

จ้างจัดทำสื่อและประชาสัมพันธ์

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

รอส่งงานงวดสุดท้าย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

การประชุมทางไกล

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

๑. ข้อมูลการทบทวนกระบวนการงานและ KM
๒. เกิดการมีส่วนร่วมของบุคลากร

เชิงปริมาณ

๑. รายงานการทบทวนกระบวนการงานและ KM
๒. จำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วม

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

กระบวนการจัดจ้างล่าช้า ในฝ่ายนิติกร และพัสดุ

แนวทางการพัฒนา

พัฒนากระบวนการงานจัดซื้อจัดจ้างให้มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ
กลยุทธ์ที่ ๔.๑ ปรับปรุงโครงสร้าง และพัฒนาการบริหารองค์กรให้เหมาะสมกับภารกิจในการทำงาน
ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์กร

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาองค์กร
 หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร (กพบ.) (สำรวจข้อมูล Online)

วัตถุประสงค์
 เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาองค์กร

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๖				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละ ความสำเร็จ ของ การ ดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์กร	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

- จำนวนบุคลากร ๓ คน
- งบประมาณ งบดำเนินงานประจำ

กระบวนการ

- สำรวจ Online
- วิเคราะห์หา Gap ที่คนในองค์กรไม่เข้าใจ และไม่พึงพอใจ
- นำข้อมูลส่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

- ได้ข้อมูล (Gap) ไปพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ และงานที่เกี่ยวข้อง
- เกิดการมีส่วนร่วมของบุคลากร

เชิงปริมาณ

- รายงานข้อมูล (Gap) สำหรับการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ และงานที่เกี่ยวข้อง
- จำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วม

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

แล้วเสร็จ ร้อยละ ๑๐๐ รอประเมินครั้งต่อไป
 (ปลายปีงบประมาณ)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

ข้อคำถาม (จาก กพร.) เข้าใจยาก

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

- ขาดความร่วมมือของบุคลากร
- ขาดแรงจูงใจในการตอบ
- มีการปฏิเสธตัวชี้วัด

แนวทางการพัฒนา

- ทำความเข้าใจกับบุคลากรให้มากขึ้น
- เพิ่มแรงจูงใจในการตอบแบบสำรวจ
- มีกระบวนการรับรองตัวชี้วัด

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ
กลยุทธ์ที่ ๔.๒ พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ เทียบเท่าสากล
ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนพัฒนาบุคลากร

กิจกรรมสำคัญหลักตามประเด็นยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาบุคลากร
หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ ฝ่ายการเจ้าหน้าที่

วัตถุประสงค์

๑. สรรหา บรรจุ แต่งตั้งและทะเบียนประวัติ
๒. งานอัตรากำลังและพัฒนาบุคลากร

เกณฑ์วัดการดำเนินงาน	หน่วยวัด	ค่าเกณฑ์วัดปี ๒๕๕๖				
		๑	๒	๓	๔	๕
• ร้อยละ ความสำเร็จ ของ การ ดำเนินการตามแผนพัฒนาบุคลากร	ร้อยละ	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐

ข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการ

๑. จำนวนบุคลากร ๑๑ คน
๒. งบประมาณ ๔,๔๗๐,๙๐๐ บาท
(กำลังได้รับการจัดสรรเพิ่มอีก ๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท)

ความคืบหน้าของการดำเนินการ

ร้อยละ ๙๐

กระบวนการ

ดำเนินการพัฒนาบุคลากรตามแผนฯ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานไม่สำเร็จตามแผน

๑. นโยบายของรัฐบาลและผู้บริหาร
๒. การจัดสรรงบประมาณ

ผลลัพธ์

เชิงคุณภาพ

๑. พัฒนาความรู้บุคลากร
๒. พัฒนาความเชี่ยวชาญให้แก่บุคลากร
๓. สร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นกับบุคลากร

เชิงปริมาณ

๑. จำนวนของบุคลากรได้รับการพัฒนา
๒. ความพึงพอใจของบุคลากรที่ได้รับการพัฒนา

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

๑. บุคลากรในหน่วยงานขาดทักษะ
๒. จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อปริมาณงาน
๓. จำนวนการเข้า-ออกของบุคลากรค่อนข้างสูง

แนวทางการพัฒนา

๑. สร้างระบบการทำงาน และระบบจัดเก็บเอกสารให้มีประสิทธิภาพ
๒. ควรเน้นงานที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของฝ่ายโดยตรง
๓. สร้างระบบติดตามงาน

โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๘