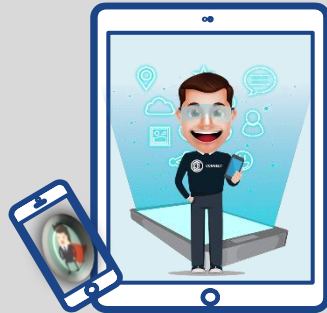




แผนปฏิบัติการ ราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) และแผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความต่อเนื่องในการบริหารราชการแผ่นดินควบคู่กับการปฏิบัติราชการตามสภาวะการณ์อย่างเหมาะสม ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานของสำนัก/กอง/กลุ่มงาน ภายใน สคบ. และเป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารในการกำกับดูแลและติดตามผลการดำเนินแผนงาน/โครงการ/ กิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละผลผลิตให้สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการบริหารราชการแผ่นดินในภาพรวม

สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน)
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สารบัญ

| | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| บทนำ | |
| ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร | ๑ |
| ส่วนที่ ๒ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐ | ๒ |
| แผนระดับที่ ๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี | ๒ |
| แผนระดับที่ ๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ | ๔ |
| แผนการปฏิรูปประเทศ ๑๓ ด้าน | ๖ |
| แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ | ๗ |
| แผนระดับที่ ๓ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) | ๘ |
| แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค | ๘ |
| แผนปฏิบัติราชการของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ ของ สำนักนายกรัฐมนตรี | ๘ |
| แผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๖) ของกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ | ๘ |
| นโยบายรัฐบาล (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา) | ๙ |
| ส่วนที่ ๓ สารสำคัญแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค | |
| วิสัยทัศน์/ พันธกิจ | ๑๐ |
| แผนปฏิบัติราชการ | |
| (ยุทธศาสตร์ที่ ๑) แผนปฏิบัติราชการ ประเด็นที่ ๑ เรื่อง การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค | ๑๑ |
| เป้าหมาย/ตัวชี้วัด/แนวทางการพัฒนา/แผนงาน โครงการสำคัญ | |
| (ยุทธศาสตร์ที่ ๒) แผนปฏิบัติราชการ ประเด็นที่ ๒ เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค | ๑๒ |
| เป้าหมาย/ตัวชี้วัด/แนวทางการพัฒนา/แผนงาน โครงการสำคัญ | |
| (ยุทธศาสตร์ที่ ๓) แผนปฏิบัติราชการ ประเด็นที่ ๓ เรื่อง พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในสวนภูมิภาคและท้องถิ่น | ๑๓ |
| เป้าหมาย/ตัวชี้วัด/แนวทางการพัฒนา/แผนงาน โครงการสำคัญ | |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| (ยุทธศาสตร์ที่ ๔) แผนปฏิบัติราชการ ประเด็นที่ ๔ เรื่อง พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ เป้าหมาย/ตัวชี้วัด/แนวทางการพัฒนา/แผนงาน โครงการสำคัญ | ๑๔ |
| แผนงานภายใต้แผนปฏิบัติราชการของ สคบ. ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ | ๑๕ |
| ประมาณการวงเงินงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ | ๑๗ |
| ตารางแสดงความสอดคล้องระหว่างโครงการกับแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค | ๑๗ |
| ประโยชน์ที่ได้รับจากแผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. | ๒๒ |
| การติดตามและการประเมินผล | ๒๓ |
| ภาคผนวก | |
| คำอธิบายตัวชี้วัดภายใต้แผนปฏิบัติราชการของ สคบ. | ๒๕ |
| แผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ | ๔๗ |

แผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร

การคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันนั้นดำเนินการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ซึ่งมีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ การดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม รวมทั้ง ชุมชนท้องถิ่นมาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม พร้อมขับเคลื่อนการกระจายอำนาจและความรับผิดชอบในการคุ้มครองผู้บริโภคไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่นควบคู่กับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการเตรียมความพร้อมของประชากรไทยให้ครอบคลุมทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมสู่การเป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเองและทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมได้ โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการสาธารณะและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้เล็งเห็นถึงความสำคัญต่อเรื่องดังกล่าว โดยการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติกับยุทธศาสตร์องค์กรในทุกระดับ เพื่อให้การดำเนินงานสามารถตอบสนองต่อยุทธศาสตร์อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นแผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจึงจัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติราชการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติและเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ โดยโครงการ/ กิจกรรมที่กำหนดไว้ภายใต้แผนฉบับดังกล่าว ได้คำนึงถึงผลผลิตที่จะสามารถตอบสนองตัวชี้วัดได้ตามที่กำหนด และสามารถตอบค่าเป้าหมายของแผนในระดับต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑)

๑) ยุทธศาสตร์ชาติ (หลัก) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

(๑) เป้าหมาย: สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์: การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยเน้นการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

๒) ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

(๒.๑) เป้าหมาย: ๑. ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

(๒.๑.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๑. ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

(๒.๑.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๒. ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนากระบวนการข้อมูล พร้อมกับการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคในทุกมิติ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเชิงรุกและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันที่ รวมถึงส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

(๒.๒) เป้าหมาย: ๒. ภาครัฐมีขนาดเล็กกระทัดรัด พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

(๒.๒.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๓. ภาครัฐมีขนาดเล็กกระทัดรัด เหมาะสมกับภารกิจ ส่งเสริมให้ประชาชนและทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ

(๒.๒.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๔. ภาครัฐมีความทันสมัย

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้เป็นรูปธรรม ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภคให้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)

(๒.๓) เป้าหมาย: ๓. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดภัย จริตดีและประพฤติมิชอบ

(๒.๓.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๕. บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ

(๒.๓.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๖. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดภัย จริตดีและประพฤติมิชอบ

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลพร้อมกับการศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้

(๒.๔) เป้าหมาย: ๔. กระบวนการยุติธรรม เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมของประเทศ

(๒.๔.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๗. กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ และมีเท่าที่จำเป็น

(๒.๔.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๘. กระบวนการยุติธรรมเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อประชาชนโดยเสมอภาค

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวทางการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

๒.๒ แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

(๑) ประเด็นที่ ๑๗. (หลัก) ประเด็นความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนาาระบบ กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและลดความเสียหายเปรียบของผู้บริโภค

แผนย่อย: ๑ การคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐานและหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคม และ สุขภาพ

- แนวทางการพัฒนา: ๓ ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค
- เป้าหมายของแผนย่อย: คนไทยทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบางได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

การปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน รวมถึงพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้บริโภคให้มีความตระหนักในสิทธิหน้าที่และมีภูมิคุ้มกันในการบริโภคและซื้อสินค้า และส่งเสริมให้ภาคีการพัฒนาต่าง ๆ มีบทบาทในการสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

(๒) ประเด็นที่ ๒๐. (รอง) ประเด็นการบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ
- เป้าหมายที่ ๒ ภาครัฐมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) พร้อมทั้งพัฒนาระบบ OCPB Connect ควบคู่กับการพัฒนาระบบฐานข้อมูลให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคในทุกมิติ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเชิงรุกและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที รวมถึงส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

แผนย่อย ๓.๑ แผนย่อยการพัฒนาบริการประชาชน

- แนวทางการพัฒนา พัฒนารูปแบบบริการภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชน
- เป้าหมายของแผนย่อย: งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

โดยการส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว เช่น การใกล้เคลื่อนออนไลน์ การพัฒนาฐานข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบสารสนเทศ รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

แผนย่อย ๓.๕ แผนย่อยการสร้างและพัฒนาบุคลากรภาครัฐ

- แนวทางการพัฒนา พัฒนาบุคลากรภาครัฐทุกประเภทให้มีความรู้ความสามารถสูง มีทักษะการคิดวิเคราะห์และการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
- เป้าหมายของแผนย่อย: บุคลากรภาครัฐยึดค่านิยมในการทำงานเพื่อประชาชน ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลพร้อมกับการศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๓) ประเด็นที่ ๒๒. (รอง) ประเด็นกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่: ๑. กฎหมายเป็นเครื่องมือให้ทุกภาคส่วนได้ประโยชน์จากการพัฒนาประเทศอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวทางการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

แผนย่อย ๓.๑ แผนย่อยการพัฒนากฎหมาย

- แนวทางการพัฒนา ๑) พัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการต่างๆ ให้สอดคล้องกับบริบทและเอื้อต่อการพัฒนาประเทศ
- เป้าหมายของแผนย่อย: ๑. กฎหมายไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาภาครัฐและภาคเอกชนอยู่ภายใต้กรอบกฎหมายที่มุ่งให้ประชาชนในวงกว้างได้รับประโยชน์จากการพัฒนาประเทศโดยทั่วถึง
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวทางการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองและป้องกันการละเมิดสิทธิอย่างทั่วถึง

๒.๒.๒ แผนการปฏิรูปประเทศ

๑) ด้านสังคม

๑.๑) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ:

ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ข้อ ๔.๑ การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

ด้านการปรับสมดุลและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการภาครัฐ

ข้อ ๔.๑ ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง โดยมีระบบการบริหารจัดการข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยงานและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ นำไปสู่การวิเคราะห์การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อการพัฒนา นโยบายและการให้บริการภาครัฐ

๑.๒) ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ประเด็นความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

๑๗๐๒๐๑ มีระบบและกลไกในการให้ความช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

๒) ด้านกฎหมาย

๒.๑) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ:

ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ข้อ ๔.๑ การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

ด้านการปรับสมดุลและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการภาครัฐ

ข้อ ๔.๗ กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ และมีเท่าที่จำเป็น

๒.๒) ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ประเด็นกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

๒๒๐๑๐๑ กฎหมายไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาภาครัฐและภาคเอกชนอยู่ภายใต้กรอบกฎหมายที่มุ่งให้ประชาชนในวงกว้างได้รับประโยชน์จากการพัฒนาประเทศโดยทั่วถึง

๓) ด้านการบริหารราชการแผ่นดิน

๓.๑) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ:

ด้านการปรับสมดุลและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการภาครัฐ

ข้อ ๔.๑ ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส

๓.๒) ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ประเด็นการบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

๒๐๐๑๐๑ งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น

๒.๒.๓ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓

- (หลัก) ๑) **วัตถุประสงค์ที่ ๑.๒** เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ได้รับความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้
- ๒) **เป้าหมายรวมที่ ๒.๒** ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนลดลง เศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็งประชาชนทุกคนมีโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร การประกอบอาชีพ และบริการทางสังคมที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม กลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุดร้อยละ ๔๐ มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ ๑๕
- ๓) **ยุทธศาสตร์ที่ ๒** การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
- ๔) **เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์ ๒** เพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการพื้นฐานทางสังคมของภาครัฐ
- ๕) **แนวทางการพัฒนา ๓.๒.๕** ปรับปรุงปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ รวมทั้งกฎหมาย กฎ ระเบียบให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม (... และผลักดันการบังคับใช้และปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อรูปแบบสินค้าและบริการที่เปลี่ยนแปลง)
- (รอง) ๑) **วัตถุประสงค์ที่ ๑.๕** เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ทันทสมัย และมีการทำงานเชิงบูรณาการของภาคีการพัฒนา
- ๒) **เป้าหมายรวมที่ ๒.๖** มีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ทันทสมัย โปร่งใส ตรวจสอบได้ กระจายอำนาจและมีส่วนร่วมจากประชาชน
- ๓) **ยุทธศาสตร์ที่ ๖** การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย
- ๔) **เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์ ๑** ลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการให้บริการของภาครัฐ และประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจของประเทศ
- ๕) **แนวทางการพัฒนา ๓.๑** ปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงาน บทบาท ภารกิจ และคุณภาพบุคลากรภาครัฐ ให้มีความโปร่งใส ทันทสมัย คล่องตัว มีขนาดที่เหมาะสม เกิดความคุ้มค่า
- ๖) **แนวทางการพัฒนา ๓.๓** เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการให้บริการสาธารณะให้ได้มาตรฐานสากล

๒.๓ แผนระดับที่ ๓ ที่เกี่ยวข้อง

- แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง)
 - ประเด็นที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค
 - ประเด็นที่ ๒ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค
 - ประเด็นที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
 - ประเด็นที่ ๔ การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค
 - ประเด็นที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค
- แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- แผนปฏิบัติการราชการของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ ของ สำนักนายกรัฐมนตรี
- แผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๒ – ๒๕๖๖) ของ กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ
 - ประเด็นที่ ๖ ด้านเศรษฐกิจและธุรกิจ
 - ข้อเสนอแนะที่ ๑ บังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและคุ้มครองแรงงานอย่างจริงจังและเร่งรัดขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการยุติธรรม

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติเมื่อวันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๒ โดยเน้นนโยบายหลัก ๑๒ ด้าน และนโยบายเร่งด่วน ๑๒ เรื่อง โดยมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

นโยบายหลัก ๑๒ ด้าน

ด้านที่ ๑๑ การปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ

- ๑๑.๑ พัฒนาโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่
- ๑๑.๒ ปรับเปลี่ยนกระบวนการอนุมัติอนุญาตของทางราชการที่มีต่อความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจและดำเนินชีวิตของประชาชน ให้เป็นระบบดิจิทัล
- ๑๑.๓ พัฒนาระบบข้อมูลขนาดใหญ่ในการบริหารราชการแผ่นดิน
- ๑๑.๔ เปิดเผยข้อมูลภาครัฐสู่สาธารณะ
- ๑๑.๕ ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการภาครัฐ
- ๑๑.๖ พัฒนากลไกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริการสาธารณะและตรวจสอบภาครัฐ
- ๑๑.๗ ปรับปรุงระเบียบกฎหมายเพื่อเอื้อต่อการทำธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวัน

๓.๑ ภาพรวม

๓.๑.๑ วิสัยทัศน์ของส่วนราชการ

“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”

คำอธิบาย

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

๓.๑.๒ พันธกิจของส่วนราชการ

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

๓.๒ แผนปฏิบัติการ

๓.๒.๑ แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๑ เรื่อง การพัฒนาโลก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

๑) เป้าหมาย

๑) สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ร้อยละ ๘๐

๒) กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา จำนวน ๕ ฉบับ

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

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

๓) กลยุทธ์/ แนวทางการพัฒนา

๑) พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสภาพปัญหา

๒) พัฒนาระบบการ หรือแนวทางการตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้องและปลอดภัย

๓) พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

๔) พัฒนามาตรการ หรือแนวทางการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค

๕) การแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคจนได้ข้อยุติ

๖) การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ

๔) แผนงาน/ โครงการสำคัญ

๑) แผนงานพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

๒) แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย

๓) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ

๓.๒.๒ แผนปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์) ประเด็นที่ ๒ เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

๑) เป้าหมาย

- ๑) ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ร้อยละ ๘๐
- ๒) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ ๑๐
- ๓) ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน ร้อยละ ๘๐
- ๔) ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค ร้อยละ ๘๐

๒) ตัวชี้วัด/ ค่าเป้าหมาย

| ที่ | ตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------------------------------------|
| ๑ | ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค | ๕ | สผพ. (สทศ.) |
| ๒ | ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง | ๕ | หน่วยงานหลัก: สผพ.(สทศ.) หน่วยงานสนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง |
| ๓ | ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ | ๕ | กคฉ./ สผพ. (สทศ.) |
| ๔ | จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค | ๑ | หน่วยงานหลัก:สผพ.(สทศ.) หน่วยงานสนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง |
| ๕ | จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุง | ๕ เรื่อง | กคฉ./ กคฉ./ กคส./ กคข./ กคต./ สปจ./ กผป./ สผพ./ ตรท. |
| ๖ | จำนวนขององค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ต่อผู้บริโภค | ๑๐๐ | กผป. |
| ๗ | จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ | ๑๒๐ | กผป. |
| ๘ | จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน | ๑๐ | ทุกสำนัก/ กอง |

๓) กลยุทธ์/ แนวทางการพัฒนา

- ๑) พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๒) พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- ๓) พัฒนานวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๔) การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน
- ๕) การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

๔) แผนงาน/ โครงการสำคัญ

- ๑) แผนงานดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๒) แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

๓.๓ แผนงานภายใต้แผนปฏิบัติการของ สคบ. ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕

แผนงานภายใต้แผนปฏิบัติการของ สคบ. ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕ และเป้าหมายสำคัญของแต่ละแผนงานแยกตามรายประเด็น (ยุทธศาสตร์)

- **ประเด็นที่ (ยุทธศาสตร์) ๑ เรื่อง การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค** ประกอบด้วย ๓ แผนงาน ดังนี้
 - ๑) **แผนงานพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค** โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้
 - (๑) สคบ. เป็นศูนย์กลางข้อมูลกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
 - (๒) แผนพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเท่าทันปัจจุบัน เกิดผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม
 - ๒) **แผนงานเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และแจ้งเตือนภัย** โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้
 - (๑) สคบ. เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร/ การแจ้งเตือนภัยระดับประเทศ
 - (๒) เกิดการบูรณาการการตรวจสอบพฤติการณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ (หน่วยงานภายใน สคบ.) โดยใช้ทรัพยากร (คนและเงิน) ร่วมกันให้เกิดประสิทธิภาพและความคุ้มค่า
 - ๓) **แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ** โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้
 - (๑) สคบ. มีมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ
 - (๒) มีการถอดบทเรียน (งานวิจัย/บทความ) เพื่อใช้อ้างอิงหรือประกอบการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศ
 - (๓) บุคลากร สคบ. มีความสามารถเพียงพอต่อการเจรจาไกล่เกลี่ยกับผู้ร้องชาวต่างชาติได้
- **ประเด็นที่ (ยุทธศาสตร์) ๒ เรื่อง พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค** ประกอบด้วย ๒ แผนงาน ดังนี้
 - ๑) **แผนงานดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค** โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้
 - (๑) สคบ. เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของไทย
 - (๒) การบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการประชาชน
 - ๒) **แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์** โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้
 - (๑) สคบ. เป็นศูนย์กลางข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของไทย
 - (๒) แผนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ครอบคลุมทั้งในประเทศและอาเซียน
- **ประเด็นที่ (ยุทธศาสตร์) ๓ เรื่อง พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น** ประกอบด้วย ๒ แผนงาน ดังนี้
 - ๑) **แผนงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค** โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้
 - (๑) สคบ. มีการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค (ภาครัฐ (MOU/สถานศึกษา), ภาคเอกชน, ภาคประชาสังคม (อสคบ.)) ตามศักยภาพและความเหมาะสม
 - (๒) ส่งเสริมการรวมกลุ่มองค์กรของผู้บริโภคให้ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

๒) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายของแผนงาน ดังนี้

- (๑) สคบ. ขับเคลื่อนภารกิจคุ้มครองผู้บริโภค (แก้ไขปัญหา/ ประชาสัมพันธ์/ เฝ้าระวังตรวจสอบ) ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นตามศักยภาพและความเหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น

● ประเด็นที่ (ยุทธศาสตร์) ๔ เรื่อง พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย ๓ แผนงาน ดังนี้

๑) แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ โดยมีเป้าหมายของแผนงานดังนี้

- (๑) สคบ. พัฒนางองค์กรเพื่อให้ได้รับรางวัลองค์กรคุณภาพ หรือได้รับคะแนนรางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐผ่านเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการกำหนด
- (๒) สคบ. มีการสร้างโครงสร้างใหม่ ควบคู่กับการปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป
- (๓) สคบ. มีการปรับกระบวนการนำไปสู่ Digital Transformation

๒) แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคล โดยมีเป้าหมายของแผนงานดังนี้

บุคลากรของ สคบ. เก่ง – ดี – มีความสุข และอุทิศตนทำประโยชน์เพื่อสังคม

๓) แผนงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของแผนงานดังนี้

- (๑) สคบ. มีการขับเคลื่อนภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในระดับประเทศและระดับองค์กร
- (๒) สคบ. มีการวางแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและแผนปฏิบัติการที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

| ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์ | ตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ | โครงการที่สอดคล้อง | งบประมาณ | หน่วยงาน รับผิดชอบ | แผนงานที่เกี่ยวข้อง |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| ทันสมัย (Smart Office) | การบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน | | | โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบภายใน (ค.๒) (๑๕,๐๐๐ บาท * ๑ คน * ๑๒ เดือน) | ๑๘๐,๐๐๐ | กตส. | ๙. แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ |
| | ตัวชี้วัด ๔.๓.๒ ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑) | ๘๐ | ศูนย์ ๑๑๖๖ | โครงการบริหารศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ค.๓) (๑๖,๐๐๐ บาท * ๒ คน * ๑๒ เดือน) (๑๕,๐๐๐ บาท * ๑๗ คน * ๑๒ เดือน) | ๓,๔๔๔,๐๐๐ | ศรท. | ๙. แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ |
| | ตัวชี้วัด ๔.๓.๓ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ | ๙๐ | กพบ. | ผลผลิต/ ผลลัพธ์ของแผนงาน/ โครงการ/ กิจกรรมภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. ที่ถูกกำหนดให้เป็นตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการฯ | ไม่ใช้งบประมาณ | กพบ. | ๙. แผนงานยกระดับองค์กรคุณภาพ |
| กลยุทธ์ที่ ๔ การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค | ตัวชี้วัด ๔.๔.๑ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค | ๕ | หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง | *โครงการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานของสำนักงานเลขานุการกรม (ค.๒) (๑๕,๐๐๐ บาท * ๘ คน * ๑๒ เดือน) (๑๐,๐๑๐ * ๑ คน * ๑๒ เดือน) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (ค.๑) (๑๕,๐๐๐ บาท * ๖ คน * ๑๒ เดือน) | - ๑,๐๘๐,๐๐๐ | สลก. สผพ. | ๘. แผนงานบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล ๑๐. แผนงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค |
| | ตัวชี้วัด ๔.๔.๒ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) | ๕ | หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง | *โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ (งบแผนงานยุทธศาสตร์) | - | สผพ. | ๑๐. แผนงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค |
| | กลยุทธ์ที่ ๕ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี | ตัวชี้วัด ๔.๕.๑ ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี | ๙๐ | หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง | แผนงาน/ โครงการ/ กิจกรรมภายใต้แผนปฏิบัติราชการ รายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของ สคบ. | ไม่ใช้งบประมาณ | สผพ. |

หมายเหตุ: * เป็นโครงการที่ผลผลิตหรือผลลัพธ์ของโครงการสามารถตอบได้หลายตัวชี้วัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ประชาชน

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

หน่วยงานของรัฐ

- สามารถสนองตอบความต้องการหรือจัดการปัญหาให้แก่ประชาชนได้รวดเร็วยิ่งขึ้น จากการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนฐานข้อมูลร่วมกัน
- มีแนวทางและเป้าหมายในการร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายภาคประชาสังคมที่ชัดเจน เพื่อให้ประชาชนทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจและความเข้มแข็งในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคของตนเอง

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

- มีแนวทางการดำเนินงานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน และสอดคล้องต่อนโยบายรัฐบาลได้อย่างชัดเจน
- มีเป้าหมายและเหตุผลในการขอรับการจัดสรรงบประมาณที่เพิ่มมากขึ้น ให้เพียงพอต่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน
- มีแนวทางในการบริหารจัดการองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเจ้าหน้าที่จะได้รับความพึงพอใจ และความผาสุกอันเกิดจากการรักษาสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ

การติดตามและการประเมินผล

เพื่อให้การดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นรูปธรรม และการขับเคลื่อนมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้กำหนดรูปแบบและช่วงเวลาในการรายงานผลการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน ดังนี้

การจัดทำรายงานผล: หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดต้องรายงานผลการดำเนินงานตามที่กำหนด

การรายงานผล: หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดต้องรายงานผลการดำเนินงานทุกไตรมาส โดยเมื่อสิ้นสุดไตรมาสแล้วจะต้องส่งรายงานให้สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคทราบ ภายในสัปดาห์แรกของไตรมาสถัดไป ซึ่งสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจะรวบรวมและจัดทำสรุปในภาพรวมขององค์กรเสนอให้ผู้บริหารทราบต่อไป

การประเมินผล: สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานที่หน่วยงานที่รับผิดชอบตัวชี้วัดรายงาน จากนั้นจึงทำการเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้แล้ว

ภาคผนวก

คำอธิบายรายละเอียดตัวชี้วัด

แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับปรับปรุง)

ยุทธศาสตร์ ๑ การพัฒนาโลก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|------------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด | ๖๐ | ๗๐ | ๘๐ | กคฉ./ กคส./ กคพ. /กคต. /สปจ. |
| คำอธิบาย: <p>๑. สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด หมายความว่า สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่เป็นไปตามมาตรฐาน กฎหมาย หรือข้อบังคับ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม และปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการตามสภาพและลักษณะการใช้งาน ทั้งนี้ รวมถึงการทำสัญญา และการโฆษณาสินค้าหรือบริการต่างๆ</p> <p>๒. ประเด็นการตรวจสอบ ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none">๑) การตรวจสอบการโฆษณา๒) การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่น ๆ ทั่วไป๓) การตรวจสอบสัญญา๔) การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง <p>สูตรการคำนวณ:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: fit-content;">$\frac{\text{จำนวนของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด}}{\text{จำนวนของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบทั้งหมด}} \times 100$</div> | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|--------|--------|--------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๒ จำนวนของกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา | ๕ ฉบับ | ๕ ฉบับ | ๕ ฉบับ | กกค. |
| คำอธิบาย: กฎหมายที่สำคัญ และเป็นไปตามแผนพัฒนากฎหมายของ สคบ. | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบการ หรือแนวทางการตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้องและปลอดภัย

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๑ก๑) ตัวชี้วัด ๑.๑.๑ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ | ๑๐ | ๑๐ | ๑๐ | กคณ./ กคส./ กคฆ. / กคต./ |
| คำอธิบาย: สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการ ได้แก่ ๑. การตรวจสอบการโฆษณา ๒. การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่น ๆ ทั่วไป ๓. การตรวจสอบสัญญา ๔. การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสภาพปัญหา

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๑ก๒) ตัวชี้วัด ๑.๒.๑ ระดับความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค | ๕ | ๕ | ๕ | กกค. |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| | | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| คำอธิบาย: | | | | | |
| ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ | |
| มีการประชุมเพื่อพิจารณากำหนดกฎหมายที่จะทบทวน แก้ไขปรับปรุง ยกเลิก รวมถึงที่จัดทำขึ้นใหม่ประจำปีงบประมาณให้เป็นไปตามกรอบแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ | จัดทำร่างแผนปฏิบัติการทบทวนกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี เสนอต่อ ที่ประชุมผู้บริหารพิจารณา | ดำเนินการแก้ไขตามมติที่ประชุมผู้บริหาร และจัดทำแผนปฏิบัติการทบทวนกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี เสนอต่อ ลคบ. พิจารณา | เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ แผนปฏิบัติการทบทวนกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี | ติดตาม ประเมินผล และ รายงานผล เสนอต่อ ที่ประชุมผู้บริหาร เพื่อให้ข้อคิดเห็น และปรับปรุงให้เหมาะสมเพื่อใช้ดำเนินการในปีต่อไป | |

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนามาตรการ หรือแนวทางการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค

| รายละเอียดตัวชี้วัด | | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------|-------------|-------------|---------------------------------|
| | | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๑ก๑) ตัวชี้วัด ๑.๓.๑ จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา | | ๘ เรื่อง | ๘ เรื่อง | ๘ เรื่อง | กกค./ กคฆ./ กคฉ./ กคส./ กคต. |
| คำอธิบาย: มาตรการ คือ มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค หรือแนวทางในการบังคับใช้กฎหมาย ระดับประกาศ/ ระเบียบ/ คำสั่ง | | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------|--------------|--------------|---------------------------------|
| | | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๑ก๑) ตัวชี้วัด ๑.๓.๒ ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขปัญหาคงได้ข้อยุติ | | - | ร้อยละ ๖๐ | ร้อยละ ๖๐ | กกค./ กคฆ./ กคฉ./ กคส./ กคต. |
| คำอธิบาย: ๑. เรื่องร้องเรียน หมายถึง เรื่องที่ประชาชนร้องเรียนผู้ประกอบการที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ๒. เรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาคงได้ข้อยุติ หมายถึง เรื่องร้องเรียนที่หน่วยงานดำเนินการในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคจนได้ข้อยุติตามอำนาจหน้าที่ ได้แก่ ๑) เจ้าหน้าที่ไกล่เกลี่ยสำเร็จจนได้ข้อยุติ ๒) ผู้มีอำนาจหรือคณะกรรมการมีมติให้ยุติเรื่อง หรือ ๓) หน่วยงานสามารถดำเนินการจัดการหรือแก้ไขปัญหาให้กับผู้ร้องเรียนได้ | | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๔ พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๑ก๔) ตัวชี้วัด ๑.๔.๑ ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ | ๕๐ | ๖๐ | ๗๐ | กคฉ. (ศูนย์เฝ้าระวัง) |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>๑. เรื่องแจ้งเตือนภัย หมายถึง เรื่องที่ได้รับการแจ้งเบาะแสและการสำรวจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการ</p> <p>๒. เรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ หมายถึง เรื่องแจ้งเตือนภัยที่เจ้าหน้าที่ได้ดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนด</p> <p>สูตรการคำนวณ</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> $\frac{\text{เรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ}}{\text{เรื่องแจ้งเตือนภัย}} \times 100$ </div> | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๕ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๕ก๑) ตัวชี้วัด ๑.๕.๑ จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการ | ๑ | ๑ | ๑ | สผพ. |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>นโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายความว่ารวมถึง นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่ สคบ. เป็นเจ้าภาพเอง หรือที่ สคบ. ร่วมดำเนินการกับหน่วยงานอื่น</p> | | | | |

▪ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน | ๘๐ | ๘๐ | ๘๐ | สมพ. (สทศ.) |
| คำอธิบาย: กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนผู้ใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน | | | | |
| ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ | ๑๐ | ๑๐ | ๑๐ | กผป. |
| คำอธิบาย: โดยวัดจากข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์รวมทุกช่องทาง ได้แก่ FACEBOOK, YOUTUBE, LINE, WEBSITE เป็นต้น | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๓ ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน | ๖๐ | ๗๐ | ๘๐ | กผป. |
| คำอธิบาย: ข้อมูลจากผลการสำรวจการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากประชาชนทั่วไป ดังนี้ ๑) กลุ่มผู้พิการ ๒) กลุ่มผู้สูงอายุ ๓) กลุ่มลูกจ้างและผู้ใช้แรงงาน ๔) กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และ ๕) กลุ่มข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๔ ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค | ๖๐ | ๗๐ | ๘๐ | กผป. |
| คำอธิบาย: ข้อมูลจากผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคจากประชาชนทั่วไป ดังนี้ ๑) กลุ่มผู้พิการ ๒) กลุ่มผู้สูงอายุ ๓) กลุ่มลูกจ้างและผู้ใช้แรงงาน ๔) กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และ ๕) กลุ่มข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------|---------|---------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------------------------------------------------------|---|---------------------------------------------------|---|---------------------------------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | | | | | | | | | | | |
| ตัวชี้วัด ๒.๑.๑ ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค | ๓ | ๕ | ๕ | สมพ. (สทศ.) | | | | | | | | | | |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>ฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ระบบฐานข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียนเพื่อช่วยติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ๒. ระบบฐานข้อมูลการออกไปอนุญาตตาม พรบ.ขายตรงและตลาดแบบตรง ๓. ระบบฐานข้อมูลกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๔. ระบบฐานข้อมูลอื่นๆ <p>เกณฑ์การประเมิน:</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th> <th>ระดับ ๒</th> <th>ระดับ ๓</th> <th>ระดับ ๔</th> <th>ระดับ ๕</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ฐานข้อมูลฯ มีการวิเคราะห์ ความต้องการของเจ้าหน้าที่ผู้ใช้งานระบบ</td> <td>-</td> <td>ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๑ ฐานข้อมูล</td> <td>-</td> <td>ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๒ ฐานข้อมูล</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ | ฐานข้อมูลฯ มีการวิเคราะห์ ความต้องการของเจ้าหน้าที่ผู้ใช้งานระบบ | - | ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๑ ฐานข้อมูล | - | ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๒ ฐานข้อมูล |
| ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ | | | | | | | | | | |
| ฐานข้อมูลฯ มีการวิเคราะห์ ความต้องการของเจ้าหน้าที่ผู้ใช้งานระบบ | - | ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๑ ฐานข้อมูล | - | ฐานข้อมูลมีการพัฒนาปรับปรุง อย่างน้อย ๒ ฐานข้อมูล | | | | | | | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------------------------------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๒ก๑) ตัวชี้วัด ๒.๑.๒ ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง | ๓ | ๔ | ๕ | หน่วยงานหลัก: สมพ. (สทศ.) หน่วยงานสนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | | |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเชื่อมโยงรายการบัญชีข้อมูลกับหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ประเภทข้อมูล ๖ ประเภท ได้แก่ ข้อมูลบุคคล ข้อมูลนิติบุคคล ข้อมูลร้องทุกข์ผู้บริโภค ข้อมูลอนุญาตประกอบธุรกิจ ข้อมูลเตือนภัย/ข่าวสาร/องค์ความรู้ และข้อมูลการดำเนินคดี เพื่อนำไปพัฒนาบริการภาครัฐให้กับประชาชน และเกิดข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) ในอนาคต สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มและทิศทางของปัญหาการร้องทุกข์ในมิติต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง แม่นยำและรวดเร็ว และใช้ในการวางแผน กำกับ ติดตามการแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม</p> <p>เกณฑ์การประเมิน:</p> | | | | | |
| | ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ |
| | หน่วยงาน (สคบ.) มีการจัดเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง | การเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานเป้าหมาย จำนวน ๒๐ รายการบัญชีข้อมูล | การเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานเป้าหมาย จำนวน ๒๕ รายการบัญชีข้อมูล | การเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานเป้าหมาย จำนวน ๓๐ รายการบัญชีข้อมูล | การเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานเป้าหมาย จำนวน ๓๕ รายการบัญชีข้อมูล |

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนานวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|---------------------------------------------------------------|-------------|------|------|-----------------------------------------------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๒ก๒) ตัวชี้วัด ๒.๒.๑ จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค | ๑ | ๑ | ๑ | หน่วยงานหลัก: สผพ. (สทศ.) หน่วยงานสนับสนุน: ทุกสำนัก/ กอง |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>๑. พัฒนานวัตกรรม หมายถึง การพัฒนา การประดิษฐ์คิดค้น ทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยกระบวนการ / วิธีการใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเห็นผลเป็นที่ประจักษ์ จึงเป็นได้ทั้ง Product Innovation, Business Process Management Innovation, Service Model Development Innovation เช่น นวัตกรรมการไกล่เกลี่ย โดยใช้เครื่องมือผ่านทางช่องทางออนไลน์ นวัตกรรมการลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง นวัตกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการบริหารจัดการผ่านทุกช่องทางอย่างทันที่ นวัตกรรมทำให้บริการด้วยปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น</p> <p>๒. การให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง การนำนวัตกรรมที่ได้มีการพัฒนา มาให้บริการกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้จริง จนเกิดเป็นรูปธรรม และนำไปต่อยอดเพื่อการพัฒนาปรับปรุงงานในอนาคตด้วย</p> <p>ทั้งนี้ นวัตกรรมสารสนเทศเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค อาจเป็นนวัตกรรมที่เกิดจากการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การพัฒนานวัตกรรมด้าน chatbot ร่วมกันให้สามารถตอบคำถามเบื้องต้นได้ในทุกภารกิจงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค, การพัฒนานวัตกรรมการเฝ้าระวัง แจ้งเตือนภัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ, การพัฒนานวัตกรรมการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดเป็นนโยบายหรือแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้บริหารต่อไป เป็นต้น</p> | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๒ก๑) ตัวชี้วัด ๒.๓.๑ ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ | ๓ | ๔ | ๕ | กคณ./ สผพ. (สทศ.) |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>ระบบการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ หมายถึง ระบบฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงข้อมูลการแจ้งเตือนภัย ข่าวสาร หรือองค์ความรู้ และสามารถส่งต่อข้อมูลเพื่อบูรณาการการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ เพื่อกำกับตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (๑) กรมการค้าภายใน (๒) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (๓) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (๔) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (๕) กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (๖) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (๗) ธนาคารแห่งประเทศไทย (๘) สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (๙) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และ (๑๐) หน่วยงานอื่นๆ</p> | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | | | | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------|------|--------------------------|
| | | | | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| เกณฑ์การประเมิน: | | | | | | | |
| ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ | | | |
| เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๖๐ | เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๖ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๗๐ | เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๗ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๘๐ | เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๘ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๙๐ | เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ครบทั้ง ๙ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ | | | |

กลยุทธ์ที่ ๔ การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภครให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน

| รายละเอียดตัวชี้วัด | | | | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|-------------|------|------|--------------------------|
| | | | | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๓ก๑) ตัวชี้วัด ๒.๔.๑ จำนวนองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ต่อผู้บริโภค | | | | ๑๐๐ | ๑๐๐ | ๑๐๐ | กผป. |
| คำอธิบาย: | | | | | | | |
| <p>๑. องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ บทความ งานวิจัย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น หรือความรู้ที่เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าหรือบริการให้ได้รับความปลอดภัย</p> <p>๒. องค์ความรู้ หมายถึง ตัวความรู้ที่กำหนดขอบเขตได้ และระบุเฉพาะเจาะจงได้ เป็นสิ่งที่สร้าง ผลิต และพัฒนาได้ เผยแพร่ ถ่ายทอด และนำมาใช้ประโยชน์ได้</p> | | | | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | | | | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|-------------|-------------|-------------|---------------------------------------------------|
| | | | | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๓ก๑) ตัวชี้วัด ๒.๔.๒ จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุง | | | | ๕ เรื่อง | ๕ เรื่อง | ๕ เรื่อง | กกค./ กคฉ./ กคส./ กคฆ./ กคต./ สปจ./ กผป./ สผพ. |
| คำอธิบาย: | | | | | | | |
| <p>คู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง คู่มือที่จัดทำขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนของประชาชน หรือคู่มือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค เช่น คู่มือการปฏิบัติงานของสำนัก/ กอง/ กลุ่มงาน, คู่มือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ประจำจังหวัด/ อปท., คู่มือการดำเนินงานของเครือข่ายฯ, คู่มือการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นคู่มือที่จัดทำขึ้นใหม่หรือพัฒนาจากคู่มือที่มีอยู่เดิม</p> | | | | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๓ก๒) ตัวชี้วัด ๒.๔.๓ จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน | ๑๐ | ๑๐ | ๑๐ | ทุกสำนัก/ กอง |
| คำอธิบาย: ๑. การบริโภคอย่างยั่งยืน หมายถึง การปลูกฝังการรับรู้สิทธิผู้บริโภคและลดการใช้สินค้าและบริการอย่างฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างน้อยที่สุด ส่งเสริมให้มีการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชีวิตประจำวัน ๒. กิจกรรมการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน เช่น กิจกรรมอบรม รณรงค์ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เป็นต้น | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๕ การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๓ก๒) ตัวชี้วัด ๒.๕.๑ จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ | ๑๒๐ | ๑๒๐ | ๑๒๐ | กผป. |
| คำอธิบาย: ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คือ ข้อมูล บทความ บทวิเคราะห์ ข้อมูลเตือนภัย หรืออื่น ๆ ที่จัดทำขึ้นเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ความรู้ที่เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าหรือบริการให้ได้รับความปลอดภัย เป็นต้น | | | | |

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

คำชี้แจง

๑. **องค์กรของผู้บริโภค** หมายถึง ผู้บริโภคซึ่งมีการรวมตัวกันตั้งแต่สิบคนขึ้นไป จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภค และไม่แสวงหากำไร ไม่ว่าจะรวมตัวจัดตั้งนั้นจะจัดตั้งเป็นรูปแบบใด และจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ตาม

๒. **เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค** หมายถึง องค์กรภาครัฐ หรือองค์กรภาคเอกชนที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล หรือองค์กรภาคประชาสังคม หรือกลุ่มประชาชนที่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ชมรม หรือที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่น ซึ่งมีรูปแบบโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและไม่แสวงหากำไร

๓. **องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ** หมายถึง องค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๑ จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ | - | ๑๐ | ๑๕ | กผป. / สปจ. |
| คำอธิบาย: องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ หมายถึง องค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา | ๓๐ | ๕๐ | ๕๐ | กผป./ สปจ. |
| คำอธิบาย: การพัฒนาองค์กรของผู้บริโภค หมายถึง ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ ด้านกฎหมาย ระเบียบวิธีปฏิบัติ ข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ปัญหา รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาทักษะด้านการเฝ้าระวัง ป้องกัน การติดตามตรวจสอบ การสื่อสาร การรับเรื่องร้องเรียน การเจรจาไกล่เกลี่ยเพื่อช่วยเหลือและเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค เป็นต้น | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๑ก๓) ตัวชี้วัด ๓.๑.๑ ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติในส่วนภูมิภาค | ๕๐ | ๕๕ | ๖๐ | สปจ. |
| <p>คำอธิบาย: วัดความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค (ระดับจังหวัด)</p> <p>สูตรการคำนวณ:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> $\frac{\text{จำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติ}}{\text{จำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด}} \times 100$ </div> | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๓.๑.๒ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบในส่วนภูมิภาค | - | ๑๐ | ๑๐ | สปจ. |
| <p>คำอธิบาย: สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการ ได้แก่ ๑) การตรวจสอบการโฆษณา ๒) การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่น ๆ ทั่วไป ๓) การตรวจสอบสัญญา และ ๔) การตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง</p> <p>สูตรการคำนวณ</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> $\frac{\text{จำนวนสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการฯ ปีที่ผ่านมา} - \text{จำนวนสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการฯ ปีปัจจุบัน}}{\text{จำนวนสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการฯ ปีที่ผ่านมา}} \times 100$ </div> | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๓.๑.๓ ร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค | ๑๐ | ๑๕ | ๒๐ | สปจ. |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>กิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น กิจกรรมอบรม วิทยากร เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เป็นต้น</p> <p>สูตรการคำนวณ:</p> $\frac{\text{จำนวน อปท.ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค}}{\text{จำนวน อปท. ทั้งหมด}} \times ๑๐๐$ | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๓.๑.๔ จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา | - บุคลากรจาก ๗๖ จังหวัด - บุคลากรจาก อปท. ๕๐ แห่ง | - บุคลากรจาก ๗๖ จังหวัด - บุคลากรจาก อปท. ๑๐๐ แห่ง | - บุคลากรจาก ๗๖ จังหวัด - บุคลากรจาก อปท. ๑๕๐ แห่ง | สปจ. |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>การพัฒนาจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ (๑) กิจกรรมการอบรม (๒) กิจกรรมการสัมมนา หรือ (๓) กิจกรรมการเผยแพร่ โดยต้องมีการพัฒนาอย่างน้อย ๒ กิจกรรม ทั้งนี้ ควรให้ความสำคัญในการพัฒนากลุ่มเป้าหมายระดับจังหวัด เทศบาลนคร เทศบาลเมือง เทศบาลตำบล และ อบต. นำร่อง ตามลำดับ</p> | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ | | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | | | | | | | | | | | |
| (ย๔ก๑) ตัวชี้วัด ๓.๒.๑ ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค | ๓ | ๔ | ๕ | กผป./ สผพ. | | | | | | | | | | |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>๑. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ หมายถึง องค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด</p> <p>๒. การพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่</p> <p>๒.๑ ระเบียบ หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ที่ผ่านกระบวนการทางวิชาการและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค</p> <p>๒.๒ กระบวนการรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การรับสมัคร การตรวจสอบคุณสมบัติ การตรวจประเมิน การรับรองคุณภาพฯ การเพิกถอนการรับรองคุณภาพฯ เป็นต้น</p> <p>๒.๓ เครื่องมืออำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการการรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การจัดทำฐานข้อมูล การจัดทำระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อบริหารจัดการ เป็นต้น</p> <p>เกณฑ์การประเมิน:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th> <th>ระดับ ๒</th> <th>ระดับ ๓</th> <th>ระดับ ๔</th> <th>ระดับ ๕</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูล เพื่อจัดทำร่าง หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค</td> <td>รับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อร่าง หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค</td> <td>จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับมาตรฐาน และเสนอต่อ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้</td> <td>จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับดีเด่น และเสนอต่อ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้</td> <td>จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับยอดเยี่ยม และเสนอต่อ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ | รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูล เพื่อจัดทำร่าง หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค | รับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อร่าง หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค | จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับมาตรฐาน และเสนอต่อ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้ | จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับดีเด่น และเสนอต่อ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้ | จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับยอดเยี่ยม และเสนอต่อ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้ |
| ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ | | | | | | | | | | |
| รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูล เพื่อจัดทำร่าง หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค | รับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อร่าง หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค | จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับมาตรฐาน และเสนอต่อ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้ | จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับดีเด่น และเสนอต่อ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้ | จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับยอดเยี่ยม และเสนอต่อ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประกาศใช้ | | | | | | | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๔ก๒) ตัวชี้วัด ๓.๓.๑ จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค | ๕ | ๑๐ | ๑๕ | กผป./ สปจ. |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>๑. องค์กรของผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคซึ่งมีการรวมตัวกันตั้งแต่สิบคนขึ้นไป จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภค และไม่แสวงหากำไร ไม่ว่าจะรวมตัวจัดตั้งนั้นจะจัดตั้งเป็นรูปแบบใด และจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ตาม</p> <p>๒. เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง องค์กรภาครัฐ หรือองค์กรภาคเอกชนที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล หรือองค์กรภาคประชาสังคม หรือกลุ่มประชาชนที่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ชมรม หรือที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่น ซึ่งมีรูปแบบโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและไม่แสวงหากำไร</p> <p>๓. จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค หมายถึง การเพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภคโดยนับจำนวนรวมกันทั้งสองประเภท</p> | | | | |
| ตัวชี้วัด ๓.๓.๒ จำนวนผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านการอบรม | ๓๐ | ๑๐๐ | ๑๐๐ | กผป. |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>ผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง ผู้นำจากองค์กรของผู้บริโภค หรือผู้ที่สามารถส่งเสริมให้มีการจัดตั้งเครือข่ายภาคประชาสังคมได้</p> | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|------------------------------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| (ย๔ก๔) ตัวชี้วัด ๓.๔.๑ จำนวนผู้ประกอบการที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ. | ๓๐ | ๓๐ | ๓๐ | กคช./ กคฉ./ กคส./ กคฆ./ กคต./ สปจ./ กผป./ สผพ. |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>ผู้ประกอบการที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับภาครัฐ ได้แก่ กิจกรรมที่ผู้ประกอบการร่วมมือกับภาครัฐในการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนี้ (๑) ต้นน้ำ ได้แก่ การให้ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้ประกอบการ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจเข้าสู่ระบบของภาครัฐ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นต้น (๒) กลางน้ำ ได้แก่ การผลักดันให้ผู้ประกอบธุรกิจมีมาตรการหรือจรรยาบรรณในการรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หรือการส่งเสริมผู้ประกอบการที่ดี เช่น การมอบตราสัญลักษณ์ โล่รางวัล เป็นต้น และ (๓) ปลายน้ำ ได้แก่ มาตรการ/ แนวทางในการแก้ไขปัญหา หรือเยียวยาผู้บริโภคกรณีที่ถูกละเมิดสิทธิ การให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎหมาย</p> | | | | |

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ | ๘๐ | ๘๕ | ๙๐ | สผพ. |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>วัดจากค่าเฉลี่ยของคะแนนตัวชี้วัดสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามพันธกิจทั้ง ๖ ข้อ</p> <p>สูตรการคำนวณ:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px 0;"> $\frac{\text{KPI (๑.๓.๑)} + \text{(๑.๔.๑)} + \text{(๒.๒.๑)} + \text{(๒.๕.๑)} + \text{(๓.๓.๓)} + \text{(๔.๔.๒)}}{๖} \times ๑๐๐$ </div> | | | | |

| | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|------|
| ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร | ๗๕ | ๗๕ | ๗๕ | กพพ. |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการองค์กรจากบุคลากรภายในองค์กร</p> | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๔.๑.๑ ร้อยละความสำเร็จของแผนพัฒนาบุคลากร | ๗๐ | ๗๕ | ๘๐ | สลก. |
| <p>คำอธิบาย:</p> <p>๑. เป็นแผนพัฒนาบุคลากรระยะสั้น (แผนระยะ ๓ - ๕ ปี) ที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร</p> <p>๒. เป็นการวัดความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการเสริมสร้างและเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และความสามารถในการทำงานของบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ความรับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น โดยวัดจากความสำเร็จของการจัดฝึกอบรมภายในที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดขึ้น (In-House Training) และการฝึกอบรมที่หัวหน้าส่วนราชการส่งเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไปฝึกอบรมกับหน่วยงานภายนอก (Public Training/ Off-House Training) ทั้งที่มีค่าใช้จ่ายและไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้ารับการฝึกอบรม</p> <p>สูตรการคำนวณ:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> $\frac{\text{โครงการ/กิจกรรมที่ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย} \times 100}{\text{โครงการ/กิจกรรมทั้งหมดภายใต้แผนพัฒนาบุคลากร}}$ </div> | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๔.๒.๑ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามกระบวนการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล | ๗๕ | ๘๐ | ๘๕ | สลก. |
| <p>คำอธิบายตัวชี้วัด :</p> <p>สูตรการคำนวณ</p> $\frac{\text{SUM (ผลการดำเนินงานในแต่ละเรื่อง + ...n)} \times 100}{๕ \times n}$ | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๔.๓.๑ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน | ๗๕ | ๗๕ | ๗๕ | สผพ./ กพพ. |

คำอธิบาย :

- บุคลากร หมายถึง ข้าราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างเหมาบริการ ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- หน่วยงาน หมายถึง หน่วยงานทั้งที่ปรากฏในกฎกระทรวงและไม่ปรากฏในกฎกระทรวง ระดับสำนัก/กอง/กลุ่ม หรือที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่นในระดับเดียวกัน
- เทคโนโลยีและนวัตกรรม คือ การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการ จะถูกนำมาประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงอย่างเป็นระบบเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลงของยุคโลกาภิวัตน์

- พิจารณาจากผลสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรทั้งหมดที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน
- การสำรวจประกอบด้วยประเด็นสำคัญ ดังนี้

๑. ความพึงพอใจต่อการพัฒนาบุคลากรในด้านระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรม
๒. ความพึงพอใจต่อระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน
๓. ความพึงพอใจต่อระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ สคบ.
๔. ความพึงพอใจในการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานแบบ Smart office

เกณฑ์การประเมิน : ช่วงปรับเกณฑ์การประเมิน + / - ร้อยละ ๕ ต่อ ๑ คะแนน โดยกำหนดเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

| ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ |
|---------|---------|---------|---------|----------|
| ๕๑ - ๖๐ | ๖๑ - ๗๐ | ๗๑ - ๘๐ | ๘๑ - ๙๐ | ๙๑ - ๑๐๐ |

สูตรการคำนวณ :

$$\frac{\text{SUM (คะแนนระดับความพึงพอใจ + ... n)}}{๕ \times n} \times ๑๐๐$$

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๔.๓.๒ ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑) | ๘๐ | ๘๐ | ๘๐ | ศูนย์ ๑๑๖๖ |
| คำอธิบาย : ประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการจากช่องทาง (๑) สายด่วน ๑๑๖๖ และ (๒) การให้บริการ ณ ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑) | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|----------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๔.๓.๓ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ | ๙๐ | ๙๐ | ๙๐ | กพบ. |
| คำอธิบาย : พิจารณาจากเกณฑ์ของส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ที่สามารถดำเนินการครบถ้วนตามเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.พ.ร. กำหนด และเป็นไปตามปฏิทินการประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่สำนักงาน ก.พ.ร. กำหนด โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินการภายใต้กรอบการประเมินส่วนราชการฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ โดยแบ่งออกเป็น ๒ องค์ประกอบ ดังนี้ ๑) การประเมินประสิทธิภาพผลการดำเนินงาน (Performance Base) (ร้อยละ ๗๐) ประกอบด้วย ๑.๑ ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทฯ มติ ครม. นโยบายรัฐบาล โดยเฉพาะนโยบายเร่งด่วน เช่น การฟื้นฟูเศรษฐกิจ (Agenda KPI) ๑.๒ ผลการดำเนินงานตามแผนการปฏิรูปประเทศในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับส่วนราชการ ๑.๓ ผลการดำเนินงานตามนโยบายสำคัญที่เป็นการบูรณาการดำเนินงานร่วมกันหลายหน่วยงาน เช่น ประเด็นการจัดความยากจน อุบัติเหตุทางถนนปัญหาชายแดนภาคใต้ เป็นต้น (Joint KPIs) ๑.๔ ผลการดำเนินงานตามภารกิจพื้นฐาน งานประจำ งานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ งานตามกฎหมาย กฎ หรือภารกิจในพื้นที่/ท้องถิ่น ภูมิภาค จังหวัด กลุ่มจังหวัด (Function KPI / Area KPI) ๑.๕ ดัชนีชี้วัดสากลที่วัดผลตามภารกิจของหน่วยงาน (International KPIs) ๒) การประเมินศักยภาพในการดำเนินงาน (Potential Base) (ร้อยละ ๓๐) ประกอบด้วย ๒.๑ การพัฒนาองค์การสู่ดิจิทัล (ร้อยละ ๑๕) เลือจากประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ | | | | |

กลยุทธ์ที่ ๔ การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | | | | | | | | | | | |
| ตัวชี้วัด ๔.๔.๑ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค | ๓ | ๔ | ๕ | หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง | | | | | | | | | | |
| <p>คำอธิบาย :</p> <p>วัดจากจำนวนตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์</p> <p>เกณฑ์การประเมิน :</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>ระดับ ๑</th> <th>ระดับ ๒</th> <th>ระดับ ๓</th> <th>ระดับ ๔</th> <th>ระดับ ๕</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>สำเร็จ ๒ ตัวชี้วัด</td> <td>สำเร็จ ๔ ตัวชี้วัด</td> <td>สำเร็จ ๖ ตัวชี้วัด</td> <td>สำเร็จ ๘ ตัวชี้วัด</td> <td>สำเร็จ ๑๐ ตัวชี้วัด</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ | สำเร็จ ๒ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๔ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๖ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๘ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๑๐ ตัวชี้วัด |
| ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ | | | | | | | | | | |
| สำเร็จ ๒ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๔ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๖ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๘ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๑๐ ตัวชี้วัด | | | | | | | | | | |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------------------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | |
| ตัวชี้วัด ๔.๔.๒ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) | ๓ | ๔ | ๕ | หน่วยงานหลัก: สผพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง |

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|---------------------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | | |
| คำอธิบาย : วัดจากจำนวนตัวชี้วัดระดับแผนและตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) ที่ดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ | | | | | |
| เกณฑ์การประเมิน : | | | | | |
| | ระดับ ๑ | ระดับ ๒ | ระดับ ๓ | ระดับ ๔ | ระดับ ๕ |
| | สำเร็จ ๒ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๕ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๘ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๑๑ ตัวชี้วัด | สำเร็จ ๑๔ ตัวชี้วัด |

กลยุทธ์ที่ ๕ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี

| รายละเอียดตัวชี้วัด | ค่าเป้าหมาย | | | หน่วยงานที่รับผิดชอบ | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| | ๒๕๖๓ | ๒๕๖๔ | ๒๕๖๕ | | | |
| ตัวชี้วัด ๔.๕.๑ ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปี | ๘๐ | ๘๕ | ๙๐ | หน่วยงานหลัก: สมพ. หน่วยงานรอง: ทุกสำนัก/ กอง | | |
| สูตรการคำนวณ: | | | | | | |
| <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"> โครงการที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ _____ โครงการทั้งหมดภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปี </td> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;"> X ๑๐๐ </td> </tr> </table> | | | | | โครงการที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ _____ โครงการทั้งหมดภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปี | X ๑๐๐ |
| โครงการที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ _____ โครงการทั้งหมดภายใต้แผนปฏิบัติการประจำปี | X ๑๐๐ | | | | | |

แผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

แผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

กระทรวง สำนักงานรัฐมนตรี

ส่วนราชการ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

| แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ/กิจกรรม | รายละเอียด (โดยย่อ) | งบประมาณปี 2565 | หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | วิธีดำเนินการ | | ระยะเวลาดำเนินการ และเบิกจ่าย | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------|---------------------------|---------------|---------|-------------------------------|-----------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | | | | ดำเนินการเอง | จัดจ้าง | 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 | | 61,823,100 | ทุกสำนัก/ กอง/กลุ่มงาน | ✓ | ✓ | 3,337,010 | 4,227,010 | 14,514,290 | 22,078,310 | 4,227,010 | 4,227,010 | 4,537,010 | 12,991,030 | 4,227,010 | 4,227,010 | 4,611,610 | 13,065,630 | 4,227,010 | 4,344,110 | 5,117,010 | 13,688,130 |
| แผนงานพื้นฐานด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ งบรายจ่ายอื่น | | 52,141,800 | ทุกสำนัก/ กอง/กลุ่มงาน | ✓ | ✓ | 3,337,010 | 4,227,010 | 5,644,690 | 13,208,710 | 4,227,010 | 4,227,010 | 4,227,010 | 12,681,030 | 4,227,010 | 4,227,010 | 4,227,010 | 12,681,030 | 4,227,010 | 4,227,010 | 5,117,010 | 13,571,030 |
| แผนงานพื้นฐานด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ งบดำเนินงาน รายการอบรมสัมมนา | | 874,600 | สกก./กกค. | ✓ | | | | 300,000 | 300,000 | | | 250,000 | 250,000 | | | 274,600 | 274,600 | | 50,000 | | 50,000 |
| แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม | | 247,100 | สผพ. | ✓ | | | 60,000 | 60,000 | | | | 60,000 | 60,000 | | | 60,000 | 60,000 | | 67,100 | | 67,100 |
| แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล | | 8,559,600 | สกก./สผพ. | | ✓ | | 8,509,600 | | | | | | | | | 50,000 | 50,000 | | | | |

| แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ/กิจกรรม | รายละเอียด (โดยย่อ) | งบประมาณปี 2565 | หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | วิธีดำเนินการ | | ระยะเวลาดำเนินการ และเบิกจ่าย | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------|---------------|---------|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | | | | ดำเนินการเอง | จัดจ้าง | 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 |
| 1. ค่าใช้จ่ายสร้างเครือข่ายเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิ | รายละเอียด | 825,000 | สพพ. | | ✓ | 90,000 | 90,000 | 90,000 | 270,000 | 90,000 | 90,000 | 90,000 | 270,000 | 90,000 | 90,000 | 90,000 | 270,000 | 15,000 | | | 15,000 |
| 1.1 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค | การจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 6 คน) | 825,000 | สพพ. | | ✓ | 90,000 | 90,000 | 90,000 | 270,000 | 90,000 | 90,000 | 90,000 | 270,000 | 90,000 | 90,000 | 90,000 | 270,000 | 15,000 | | | 15,000 |
| 2. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมประสิทธิภาพกลไกในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์สูงสุด | รายละเอียด | 2,090,100 | กตส./ กพบ./สสท./ กกค. | | ✓ | 235,010 | 235,010 | 235,010 | 705,030 | 235,010 | 235,010 | 235,010 | 705,030 | 155,040 | 105,000 | 105,000 | 365,040 | 105,000 | 105,000 | 105,000 | 315,000 |
| 2.1 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพงานตรวจสอบภายใน | การจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 1 คน) | 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 |
| 2.2 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการพัฒนาระบบบริหารราชการและบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม | การจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 2 คน) | 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 |
| 2.3 โครงการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานของสำนักงานเลขานุการกรม | การจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 8 คน) (10,010 * 1 คน) | 830,100 | สสท. | | ✓ | 130,010 | 130,010 | 130,010 | 390,030 | 130,010 | 130,010 | 130,010 | 390,030 | 50,040 | | | 50,040 | | | | |
| 2.4 โครงการจัดทำฐานข้อมูลด้านกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค | การจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 4 คน) | 720,000 | กกค. | | ✓ | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 180,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 180,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 180,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 180,000 |

| แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ/กิจกรรม | รายละเอียด (โดยย่อ) | งบประมาณปี 2565 | หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | วิธีดำเนินการ | | ระยะเวลาดำเนินการ และเบิกจ่าย | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------------------|---------------|---------|-------------------------------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|-----------|
| | | | | ดำเนินการเอง | จัดจ้าง | 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 |
| 3. ค่าใช้จ่ายพัฒนาคุณภาพการให้บริการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค | รายละเอียด | 2,992,000 | ศรท. | | ✓ | 287,000 | 287,000 | 287,000 | 861,000 | 287,000 | 287,000 | 287,000 | 861,000 | 287,000 | 287,000 | 287,000 | 861,000 | 287,000 | 122,000 | | 409,000 |
| 3.1 โครงการบริหารศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. | การบริหารศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ และศูนย์ให้คำปรึกษาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 1166 (19 คน) (16,000 บาท * 2 คน) (15,000 บาท * 17 คน) | 2,992,000 | ศรท. | | ✓ | 287,000 | 287,000 | 287,000 | 861,000 | 287,000 | 287,000 | 287,000 | 861,000 | 287,000 | 287,000 | 287,000 | 861,000 | 287,000 | 122,000 | | 409,000 |
| 4 ค่าใช้จ่ายเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคแก่ประชาชน | รายละเอียด | 6,222,100 | กผป./กคต./ กกค./กคฉ./ กคส. | | ✓ | 600,000 | 600,000 | 972,100 | 2,172,100 | 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 |
| 4.1 โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ | การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ประชาชนทั่วประเทศ | 447,100 | กผป. | | ✓ | | | 447,100 | 447,100 | | | | | | | | | | | | |
| 4.2 โครงการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง | การจัดจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 10 คน) | 375,000 | กคต. | | ✓ | 150,000 | 150,000 | 75,000 | 375,000 | | | | | | | | | | | | |
| 4.3 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานกองกฎหมายและคดี | การจัดจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 11 คน) | 1,980,000 | กกค. | | ✓ | 165,000 | 165,000 | 165,000 | 495,000 | 165,000 | 165,000 | 165,000 | 495,000 | 165,000 | 165,000 | 165,000 | 495,000 | 165,000 | 165,000 | 165,000 | 495,000 |
| 4.4 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการปัญหาด้านสินค้าและบริการ (ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์) | การจัดจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 7 คน) | 1,260,000 | กคฉ. | | ✓ | 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 |

| แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ/กิจกรรม | รายละเอียด (โดยย่อ) | งบประมาณปี 2565 | หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | วิธีดำเนินการ | | ระยะเวลาดำเนินการ และเบิกจ่าย | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|---------------|---------|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | | | | ดำเนินการเอง | จัดจ้าง | 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 |
| 4.5 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนด้านอสังหาริมทรัพย์ | การจัดจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 10 คน) | 1,800,000 | กคส. | | ✓ | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 |
| 4.6 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ | การจัดจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 2 คน) | 360,000 | กผป. | | ✓ | 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 |

| แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ/กิจกรรม | รายละเอียด (โดยย่อ) | งบประมาณปี 2565 | หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | วิธีดำเนินการ | | ระยะเวลาดำเนินการ และเบิกจ่าย | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|---------------|---------|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | | | | ดำเนินการเอง | จัดจ้าง | 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. ค่าใช้จ่ายผลักดันการกำหนดความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบธุรกิจมีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค | รายละเอียด | 1,255,000 | กคช. | | ✓ | 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 | 100,000 | 310,000 |
| 5.1 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานรับเรื่องราวร้องทุกข์ และเฝ้าระวังตรวจสอบโฆษณา ทางสื่อต่างๆ | การจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 7 คน) | 1,255,000 | กคช. | | ✓ | 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 | 100,000 | 310,000 |
| 6. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระดับสากล | รายละเอียด | 667,600 | สพพ. | | ✓ | 90,000 | 90,000 | 90,000 | 270,000 | 90,000 | 90,000 | 90,000 | 270,000 | 90,000 | 37,600 | | 127,600 | | | | |
| 6.1 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (ส่วน ตปท.) | การจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 6 คน) | 667,600 | สพพ. | | ✓ | 90,000 | 90,000 | 90,000 | 270,000 | 90,000 | 90,000 | 90,000 | 270,000 | 90,000 | 37,600 | | 127,600 | | | | |
| 7. ค่าใช้จ่ายเฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าที่ไม่ปลอดภัย | รายละเอียด | 1,985,000 | กคณ./กคช. | ✓ | ✓ | 150,000 | 150,000 | 330,000 | 630,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 | 150,000 | 150,000 | 155,000 | 455,000 |
| 7.1 โครงการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานเฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย | การจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 10 คน) | 1,800,000 | กคณ. | | ✓ | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 |

| แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ/กิจกรรม | รายละเอียด (โดยย่อ) | งบประมาณปี 2565 | หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | วิธีดำเนินการ | | ระยะเวลาดำเนินการ และเบิกจ่าย | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|---------------|---------|-------------------------------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|-----------|
| | | | | ดำเนินการเอง | จัดจ้าง | 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. ค่าใช้จ่ายสนับสนุนการดำเนินการจัดการกลไกการ คุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดและท้องถิ่น | รายละเอียด | 6,105,000 | สปจ./กคต. | ✓ | ✓ | 260,000 | 390,000 | 465,000 | 1,115,000 | 540,000 | 540,000 | 540,000 | 1,620,000 | 540,000 | 540,000 | 540,000 | 1,620,000 | 540,000 | 540,000 | 670,000 | 1,750,000 |
| 9.1 กิจกรรมจัดจ้างบุคลากรปฏิบัติงานประจำเขต 1-9 เพื่อ สนับสนุนการดำเนินงานของสำนักประสานและส่งเสริมการ คุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด | การจ้างพนักงานจ้างเหมาบริการประจำเขต 1-9 (15,000 บาท * 21 คน) | 3,780,000 | สปจ. | | ✓ | 210,000 | 315,000 | 315,000 | 840,000 | 315,000 | 315,000 | 315,000 | 945,000 | 315,000 | 315,000 | 315,000 | 945,000 | 315,000 | 315,000 | 420,000 | 1,050,000 |
| 9.2 กิจกรรมจัดจ้างบุคลากรปฏิบัติงานส่วนกลาง เพื่อ สนับสนุนการดำเนินงานของสำนักประสานและส่งเสริมการ คุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด | การจ้างพนักงานจ้างเหมาบริการส่วนกลาง (15,000 บาท * 5 คน) | 900,000 | สปจ. | | ✓ | 50,000 | 75,000 | 75,000 | 200,000 | 75,000 | 75,000 | 75,000 | 225,000 | 75,000 | 75,000 | 75,000 | 225,000 | 75,000 | 75,000 | 100,000 | 250,000 |
| - โครงการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานเกี่ยวกับการ ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง | การจ้างเหมาบริการเจ้าหน้าที่ (15,000 บาท * 10 คน) | 1,425,000 | กคต. | | ✓ | | | 75,000 | 75,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 450,000 |
| งบดำเนินงาน รายการอบรมสัมมนา | รายละเอียด | 874,600 | สลก./กคค. | ✓ | ✓ | | | 300,000 | 300,000 | | | 250,000 | 250,000 | | | 274,600 | 274,600 | | 50,000 | | 50,000 |
| 1. โครงการอบรมบุคลากรในหลักสูตรที่จัดโดยหน่วยงาน ภายนอก | การพัฒนาบุคลากรเข้ารับการอบรม หลักสูตรอื่นๆ ที่การจัดโดยหน่วยงานภายนอก | 350,000 | สลก. | | ✓ | | | 200,000 | 200,000 | | 50,000 | | | | | 100,000 | 100,000 | | | | |

| แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ/กิจกรรม | รายละเอียด (โดยย่อ) | งบประมาณปี 2565 | หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | วิธีดำเนินการ | | ระยะเวลาดำเนินการ และเบิกจ่าย | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|---------------|---------|-------------------------------|------|--------|---------|------|------|---------|---------|-------|------|---------|---------|------|------|--------|---------|--|--|--------|
| | | | | ดำเนินการเอง | จัดจ้าง | 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 | | | |
| 2. โครงการพัฒนาบุคลากรภาครัฐในการปฏิบัติราชการตามแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคล | การพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติราชการตามแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคล | 224,600 | สกก. | ✓ | | | | 50,000 | 50,000 | | | 100,000 | 100,000 | | | 74,600 | 74,600 | | | | | | | |
| 3. โครงการพัฒนากฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค | การพัฒนากฎหมายตามแผนพัฒนา กฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2563 - 2566 | 300,000 | กกค. | ✓ | | | | 50,000 | 50,000 | | | 100,000 | 100,000 | | | 100,000 | 100,000 | | | 50,000 | | | | 50,000 |

| แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ/กิจกรรม | รายละเอียด (โดยย่อ) | งบประมาณปี 2565 | หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | วิธีดำเนินการ | | ระยะเวลาดำเนินการ และเบิกจ่าย | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|---------------|---------|-------------------------------|-----------|-----------|---------|------|--------|--------|---------|-------|--------|--------|---------|------|--------|--------|---------|
| | | | | ดำเนินการเอง | จัดจ้าง | 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 |
| แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม | ส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการพัฒนาระบบ และกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค | 247,100 | สพพ. | ✓ | | | | 60,000 | 60,000 | | | 60,000 | 60,000 | | | 60,000 | 60,000 | | | 67,100 | 67,100 |
| 1. โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 1 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 | การบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่าง หน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค/กำกับ ติดตาม เร่งรัดและประเมินผลการดำเนินงาน คุ้มครองผู้บริโภคระหว่างหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องให้สัมฤทธิ์ตามแผนยุทธศาสตร์การ คุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 1 | 247,100 | สพพ. | ✓ | | | 60,000 | 60,000 | | | 60,000 | 60,000 | | | 60,000 | 60,000 | | | 67,100 | 67,100 | |
| แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล | เพิ่มขีดความสามารถภาครัฐสู่การเป็น รัฐบาลดิจิทัล (Digital Government)/ เกิดการพัฒนาเครื่องมือกลางและ โครงสร้างพื้นฐาน (Digital Platforms) | 8,559,600 | สลก./สพพ. | ✓ | ✓ | | 8,509,600 | 8,509,600 | | | | | | | 50,000 | 50,000 | | | | | |
| 1. โครงการพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐเพื่อการ ขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล ระยะที่ 1 ปีงบประมาณ 2565 | การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ และบุคลากรภาครัฐเพื่อปรับเปลี่ยนเป็น รัฐบาลดิจิทัล | 100,000 | สลก. | ✓ | | | 50,000 | 50,000 | | | | | | | 50,000 | 50,000 | | | | | |

| แผนงาน/ยุทธศาสตร์/งบรายจ่าย/โครงการ/กิจกรรม | รายละเอียด (โดยย่อ) | งบประมาณปี 2565 | หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | วิธีดำเนินการ | | ระยะเวลาดำเนินการ และเบิกจ่าย | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|---------------|---------|-------------------------------|------|-----------|-----------|------|------|-------|---------|-------|------|-------|---------|------|------|------|---------|--|--|--|
| | | | | ดำเนินการเอง | จัดจ้าง | 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 | | | |
| 2. โครงการพัฒนาระบบดิจิทัลการให้บริการเชื่อมโยงและบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค | การเพิ่มศักยภาพเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (แพลตฟอร์มกลาง ข้อมูล 6 ประเภท) กับหน่วยงานเป้าหมาย และเชื่อมโยงสื่อสังคมออนไลน์ ให้สามารถนำไปใช้ในการให้บริการภาครัฐ | 8,459,600 | สกก. | | ✓ | | | 8,459,600 | 8,459,600 | | | | | | | | | | | | | | | |