

แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑  
ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

ตามที่คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) เมื่อวันที่ ๙ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย โดยเน้นการบูรณาการทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพขององค์กรและภาคีเครือข่ายการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ได้มีการประเมินผลการดำเนินงานพร้อมทั้งวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคในการขับเคลื่อนแผนดังกล่าว และได้ทบทวนปรับปรุงเป้าหมายตัวชี้วัดรวมถึงแผนงานโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๐– ๒๕๖๔ เพื่อให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี แผนปฏิรูปประเทศ ๑๑ ด้าน และนโยบายรัฐบาล ตลอดจนบรรลุตามวิสัยทัศน์ คำเป้าหมายและเจตนารมณ์ของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ตามที่กำหนด

ทั้งนี้ ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐ ประกอบกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ ในการกำหนดให้ใช้ชื่อแผนระดับที่ ๓ เพื่อเกิดความเข้าใจและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน จึงเห็นควรเปลี่ยนชื่อแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) เป็น “แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕)”

## สาระสำคัญ ประกอบด้วย

### วิสัยทัศน์

“บูรณาการการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของทุกภาคส่วน เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน”

### ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางการดำเนินงาน พัฒนา ปรับปรุง แก้ไขกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคสู่ระดับมาตรฐานสากล พัฒนามาตรการ มาตรฐาน หรือแนวทางการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงกลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพ และส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางการดำเนินงาน พัฒนาระบบและเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกภารกิจ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และส่งเสริมการใช้นวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางการดำเนินงาน สร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค และสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางการดำเนินงาน ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภคให้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางการดำเนินงาน ขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ (Big Projects) และการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

## ๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑)

## ๑) ยุทธศาสตร์ชาติ (หลัก) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

(๑) เป้าหมาย: สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์: การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

## การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยเน้นการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคสนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน 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. ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติ เป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่

## การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนาฐานข้อมูล พร้อมกับการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคในทุกมิติ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเชิงรุกและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันที่ รวมถึงส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

(๒.๒) เป้าหมาย: ๒. ภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

(๒.๒.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๓. ภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง เหมาะสมกับภารกิจ ส่งเสริมให้ประชาชนและทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ

(๒.๒.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๔. ภาครัฐมีความทันสมัย

## การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้เป็นรูปธรรม ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภคให้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)

(๒.๓) เป้าหมาย: ๓. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

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

(๒.๓.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๖. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

## การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลพร้อมกับการศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้

(๒.๔) เป้าหมาย: ๔. กระบวนการยุติธรรม เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมของประเทศ

(๒.๔.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ ๗. กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่างๆ 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

(๑.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนา ระบบ กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและลดความเสียหายเปรียบของผู้บริโภค

(๑.๒) แผนย่อย: ๑ การคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐานและหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ

- แนวทางการพัฒนา: ๓ ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค
- เป้าหมายของแผนย่อย: คนไทยทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบาง ได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

การปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้บริโภคให้มีความตระหนักในสิทธิหน้าที่และมีภูมิคุ้มกันในการบริโภคและซื้อสินค้า และส่งเสริมให้ภาคีการพัฒนาต่าง ๆ มีบทบาทในการสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

(๒) ประเด็นที่ ๒๐. (รอง) ประเด็นการบริการประชาชน และประสิทธิภาพภาครัฐ

(๒.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ
- เป้าหมายที่ ๒ ภาครัฐมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนาระบบฐานข้อมูล พร้อมกับการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคในทุกมิติ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเชิงรุกและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันที่ รวมถึงส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

(๒.๒) แผนย่อย ๓.๑ แผนย่อยการพัฒนาบริการประชาชน

- แนวทางการพัฒนา พัฒนารูปแบบบริการภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชน
- เป้าหมายของแผนย่อย: งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

โดยการส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการ ด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว เช่น การไกล่เกลี่ยออนไลน์ การพัฒนาฐานข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบสารสนเทศ รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

(๒.๓) แผนย่อย ๓.๕ แผนย่อยการสร้างและพัฒนาบุคลากรภาครัฐ

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

โดยการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลพร้อมกับการศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๓) ประเด็นที่ ๒๒. (รอง) ประเด็นกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

(๓.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่: ๑. กฎหมายเป็นเครื่องมือให้ทุกภาคส่วนได้ประโยชน์จากการพัฒนาประเทศอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

โดยการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวทางการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

(๓.๒) 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) เรื่อง/ประเด็นการปฏิรูป: กลุ่มผู้เสียเปรียบทางสังคม

๒) ขั้นตอนการดำเนินงาน: ปฏิรูประบบการคุ้มครองผู้บริโภค

๓) กิจกรรม:

๓.๑) กิจกรรมที่ ๑ พัฒนาโครงสร้างและศักยภาพของ สคบ. โดยเพิ่มอำนาจทางปกครองให้กับ สคบ. เพื่อให้สามารถบังคับใช้และให้ความเป็นธรรมกับผู้บริโภคได้จากเดิมที่เป็นเพียงหน่วยเชิงนโยบายและให้ความรู้ไปใช้สิทธิทางปกครองตามกระบวนการยุติธรรมอย่างเดียว

วิธีการ

๑. แก้ไขพระราชบัญญัติการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีอำนาจทางปกครองแก่เจ้าพนักงานในการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมหรือตรวจสอบข้อร้องเรียนต่างๆ เพื่อให้สามารถบังคับใช้กฎหมายฯ ตามกิจกรรมโดยให้ สคบ. ไปสังกัดหน่วยงานกระทรวงที่บังคับใช้กฎหมาย เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย กระทรวงยุติธรรม แทนสังกัดเดิมซึ่งเป็นหน่วยงานเชิงนโยบาย
๒. สนับสนุนให้ สคบ. ดำเนินการยกร่างบทบัญญัติตามมาตรา ๔๖ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐

เป้าหมายกิจกรรม: สคบ. เป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๓.๒) กิจกรรมที่ ๒ การเสริมสร้างพลังให้แก่ผู้บริโภคและการพัฒนาผู้บริโภคโดยอาศัยเทคโนโลยี

วิธีการ

๑. สนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรภาคประชาชนที่มีบทบาทและเป็นตัวแทนในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นช่องทางสื่อสารให้ผู้บริโภคในการรักษาสิทธิต่างๆ
๒. บรรจุนโยบายเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน

เป้าหมายกิจกรรม: เกิดแนวทางในการเสริมสร้างพลังให้แก่ผู้บริโภค

๒) ด้านกฎหมาย

๒.๑) เรื่อง/ประเด็นการปฏิรูป: ๓. มีกลไกทางกฎหมายเพื่อขจัดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม

๒.๑.๒) ขั้นตอนการดำเนินงาน: ๘. พิจารณาแนวทางในการเพื่อขจัดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม

๒.๑.๓) กิจกรรม:

- ๑) กิจกรรม: ๘.๓ พิจารณาศึกษาแนวทางในการทบทวนกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระบบ โดยให้มีการปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันและจัดทำกฎหมายขึ้นใหม่เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบ

เปรียบจากผู้ประกอบการ และป้องกันการตั้งราคาสินค้าและค่าธรรมเนียมที่ไม่เป็นธรรม ทั้งนี้ให้พิจารณากำกับดูแลการคิดค่าธรรมเนียมของธนาคารผู้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีลักษณะคล้ายกันและการให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม รวมถึงการจัดทำกฎหมายเพื่อรองรับและกำกับดูแลการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตและร้านค้าที่ไม่มีสถานประกอบการเป็นหลักแหล่งและมาตรการแก้ไขปัญหที่อาจเกิดขึ้นหลังการขายสินค้าและบริการในลักษณะดังกล่าว

**เป้าหมายกิจกรรม:** คຸ້ມครองสิทธิของผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการและป้องกันการตั้งราคาสินค้าและค่าธรรมเนียมที่ไม่เป็นธรรม

**๒.๒) เรื่อง/ประเด็นการปฏิรูป: ๕** พัฒนาระบบการจัดทำและตรวจพิจารณาร่างกฎหมายให้รวดเร็ว รอบคอบ และสอดคล้องกับกรอบเวลาในการตรากฎหมายตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

**๒.๒.๑) ขั้นตอนการดำเนินงาน: ๑.** ปรับปรุงกระบวนการจัดทำร่างกฎหมายของหน่วยงานของรัฐให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพร่างกฎหมายที่หน่วยงานของรัฐจัดทำขึ้นมีความสมบูรณ์มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีคำอธิบายและข้อมูลประกอบการพิจารณาที่ครบถ้วนชัดเจนเข้าใจง่าย

**๒.๒.๒) กิจกรรม: ๑.๕** กำหนดให้มีการจัดทำคำอธิบายประกอบร่างกฎหมาย ซึ่งจะต้องมีการอธิบายสาระสำคัญเกี่ยวกับที่มาของสภาพปัญหา และวัตถุประสงค์หรือความเป็นมาของการเสนอร่างกฎหมายโครงสร้างและกลไกการดำเนินการตามร่างกฎหมาย ตลอดจนคำอธิบายร่างกฎหมาย โดยใช้ถ้อยคำที่ประชาชนสามารถเข้าใจได้ง่าย

**เป้าหมายกิจกรรม:** เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาร่างกฎหมาย และใช้สำหรับเป็นเอกสารสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์

**๒.๓) เรื่อง/ประเด็นการปฏิรูป: ๖** มีกลไกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำและเสนอร่างกฎหมายที่มีความสำคัญและจัดให้มีกลไกช่วยเหลือประชาชนในการจัดทำและเสนอร่างกฎหมาย รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน

**๒.๓.๑) ขั้นตอนการดำเนินงาน:**

**๒.๓.๑.๑)** ประชาชนได้ใช้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นเรื่องเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมาย

**กิจกรรม:**

๑) ให้นำหน่วยงานของรัฐผู้รักษาการตามกฎหมายจัดให้มีช่องทางให้ประชาชนทั่วไปหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสามารถสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมาย รวมทั้งมีหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์ที่เกิดจากการบังคับใช้กฎหมาย

**เป้าหมายกิจกรรม:** เพื่อให้มีช่องทางในการสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมาย

๒) ให้นำหน่วยงานของรัฐผู้รักษาการตามกฎหมาย จัดทำรายงานประมวลความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียตามกฎหมายตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมาย เสนอรัฐมนตรีผู้รักษาการตามกฎหมายเพื่อทราบและพิจารณาสั่งการทุก

๑ ปี และเก็บรวบรวมเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และรายงานการ  
ทบทวนความเหมาะสมของกฎหมาย

**เป้าหมายกิจกรรม:** เพื่อให้มีข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดจากการ  
ใช้บังคับกฎหมาย

๒.๓.๑.๒) ประชาชนได้ใช้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องเกี่ยวกับการ  
จัดทำและการเสนอกฎหมายโดยหน่วยงานของรัฐ

**กิจกรรม:**

๑) ให้นำหน่วยงานของรัฐที่จะจัดทำร่างกฎหมายที่มีผลกระทบต่อ  
ประชาชนจัดให้มีการแถลงข่าวหรือประชาสัมพันธ์ให้  
ประชาชนได้รับทราบเป็นการทั่วไป พร้อมทั้งจัดทำสรุป  
ประเด็นปัญหาหรือความจำเป็นที่ต้องมีกฎหมาย ตลอดจน  
สรุปหลักการและเหตุผลของร่างกฎหมายที่ประสงค์จะจัดทำ  
ขึ้น เพื่อประกอบการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้ที่  
เกี่ยวข้องก่อนการจัดทำร่างกฎหมาย

**เป้าหมายกิจกรรม:** เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลเพื่อประกอบการ  
แสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมและเข้าใจได้ง่ายและเพื่อให้  
การรับฟังความคิดเห็นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและตรง  
ประเด็น

๒) ให้นำหน่วยงานของรัฐจัดทำรายงานผลการรับฟังความคิดเห็นตาม  
ข้อ ๒.๒ และนำผลดังกล่าวมาประกอบการจัดทำร่างกฎหมาย  
ร่างแรก โดยต้องแสดงให้เห็นว่าได้นำความเห็นของประชาชนไป  
ประกอบการพิจารณาจัดทำร่างในสัดส่วนใด พร้อมอธิบาย  
เหตุผลในการพิจารณาจัดทำร่างกฎหมายให้ชัดเจน

**เป้าหมายกิจกรรม:** เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และให้ข้อมูลถึง  
เหตุผลในการพิจารณาจัดทำร่างกฎหมาย

๓) ให้นำหน่วยงานของรัฐนำร่างกฎหมายที่จัดทำเสร็จสมบูรณ์แล้ว  
พร้อมทั้งสรุปความเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง  
จัดทำเป็นรายงานรวมไว้กับคำอธิบายประกอบร่างกฎหมายโดยมี  
รายละเอียดตามที่คณะกรรมการพัฒนากฎหมายกำหนด โดย  
อย่างน้อยต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับสรุปผลการรับฟังความ  
คิดเห็น วิธีการรับฟังความคิดเห็น จำนวนประชาชนหรือ  
ผู้เกี่ยวข้อง ที่ร่วมแสดงคิด ประเด็นความคิดเห็นที่นำมา  
ประกอบการพิจารณาปรับปรุงร่างกฎหมายและเหตุผล  
ประกอบการดำเนินการ ฯลฯ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับนำไป  
ประกอบการพิจารณาตามขั้นตอนต่อไป

**เป้าหมายกิจกรรม:** เพื่อให้มีข้อมูลประกอบการพิจารณาร่าง  
กฎหมายอย่างครบถ้วน



๓) ด้านสาธารณสุข

๑) เรื่อง/ประเด็นการปฏิรูป: ๙ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ

๒) ขั้นตอนการดำเนินงาน: ปลายน้ำ

๓) กิจกรรม: มีระบบฐานข้อมูลและนำไปเพื่อการวางแผนในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ  
เป้าหมายกิจกรรม: มีระบบฐานข้อมูลเพื่อการวางแผนในการตัดสินใจป้องกันและแก้ไข  
ปัญหาอาหารที่ไม่ปลอดภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔) ด้านการบริหารราชการแผ่นดิน

๔.๑) เรื่อง/ประเด็นการปฏิรูป: บริการภาครัฐ สะดวก รวดเร็ว และตอบโจทย์ชีวิตประชาชน

ขั้นตอนการดำเนินงาน: ยกระดับการให้บริการประชาชนสู่การบริการที่เร็วขึ้น ง่ายขึ้น และถูกลง  
(Faster, Easier and Cheaper)

กิจกรรม: ปรับปรุงกระบวนการและลดขั้นตอนการให้บริการที่กระทบต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน เพื่ออำนวยความสะดวก และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ

เป้าหมายกิจกรรม: หน่วยงานภาครัฐมีแผนการปรับปรุงการให้บริการประชาชน

๔.๒) เรื่อง/ประเด็นการปฏิรูป: ระบบข้อมูลภาครัฐมีมาตรฐาน ทันสมัยและเชื่อมโยงกัน ก้าวสู่รัฐบาลดิจิทัล

ขั้นตอนการดำเนินงาน: นำระบบดิจิทัลมาใช้ในการปฏิบัติงาน และการบริหารราชการ

กิจกรรม: แผนงานที่ ๑ การพัฒนาหรือนำระบบดิจิทัลมาใช้ในการปฏิบัติงานและการบริหารราชการ

เป้าหมายกิจกรรม: เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐสามารถดำเนินงานตามภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้งาน

๔.๓) เรื่อง/ประเด็นการปฏิรูป: โครงสร้างภาครัฐกะทัดรัด ปรับตัวได้เร็ว และระบบงานมีผลสัมฤทธิ์สูง

ขั้นตอนการดำเนินงาน: พัฒนาขีดความสามารถในการจัดบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

กิจกรรม: แผนงานที่ ๑ การเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายอำนาจให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

เป้าหมายกิจกรรม: องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหลักในการให้บริการสาธารณะพื้นฐานแก่ประชาชน

๒.๒.๓ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒

(หลัก) ๑) วัตถุประสงค์ที่ ๑.๒ เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ได้รับความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้

๒) เป้าหมายรวมที่ ๒.๒ ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนลดลง เศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็งประชาชนทุกคนมีโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร การประกอบอาชีพ และบริการทางสังคมที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม กลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุด ร้อยละ ๔๐ มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ ๑๕

๓) ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

๔) เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์ ๒ เพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการพื้นฐานทางสังคมของภาครัฐ

๕) แนวทางการพัฒนา ๓.๒.๕ ปรับปรุงปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ รวมทั้งกฎหมาย กฎ ระเบียบให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม (... และผลักดันการบังคับใช้และปรับปรุง

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อ  
รูปแบบสินค้าและบริการที่เปลี่ยนไป)

- (รอง) ๑) วัตถุประสงค์ที่ ๑.๕ เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ทันสมัย  
และมีการทำงานเชิงบูรณาการของภาคีการพัฒนา
- ๒) เป้าหมายรวมที่ ๒.๖ มีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย  
โปร่งใส ตรวจสอบได้ กระจายอำนาจและมีส่วนร่วมจากประชาชน
- ๓) ยุทธศาสตร์ที่ ๖ การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริต  
ประพฤตินิষอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย
- ๔) เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์ ๑ ลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร  
และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการให้บริการของ  
ภาครัฐ และประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจของประเทศ
- ๕) แนวทางการพัฒนา ๓.๑ ปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงาน  
บทบาท ภารกิจ และคุณภาพบุคลากรภาครัฐ ให้มีความ  
โปร่งใส ทันสมัย คล่องตัว มีขนาดที่เหมาะสม เกิดความคุ้มค่า
- ๖) แนวทางการพัฒนา ๓.๓ เพิ่มประสิทธิภาพและ  
ยกระดับการให้บริการสาธารณะให้ได้มาตรฐานสากล

#### ๒.๒.๔ นโยบายรัฐบาล

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

##### นโยบายหลัก ๑๒ ด้าน

##### ด้านที่ ๕. การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย

- ๕.๗. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและการมุ่งสู่การเป็นประเทศอัจฉริยะ
- ๕.๗.๓ ส่งเสริมการค้าในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มโอกาส  
ให้ผู้ประกอบการรายย่อยทั้งในภาคการผลิต และบริการในการเข้าถึง  
ตลาด

##### ด้านที่ ๑๑. การปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ

- ๑๑.๑ พัฒนาโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่
- ๑๑.๒ ปรับเปลี่ยนกระบวนการอนุมัติอนุญาตของทางราชการที่มีต่อความสำคัญ  
ต่อการประกอบธุรกิจและดำเนินชีวิตของประชาชน ให้เป็นระบบดิจิทัล
- ๑๑.๓ พัฒนาระบบข้อมูลขนาดใหญ่ในการบริหารราชการแผ่นดิน
- ๑๑.๔ เปิดเผยข้อมูลภาครัฐสู่สาธารณะ
- ๑๑.๕ ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการภาครัฐ
- ๑๑.๖ พัฒนากลไกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริหารสาธารณะและ  
ตรวจสอบภาครัฐ
- ๑๑.๗ ปรับปรุงระเบียบกฎหมายเพื่อต่อการทำธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวัน

##### นโยบายเร่งด่วน ๑๒ เรื่อง

- เรื่องที่ ๑. การแก้ไขปัญหาในการดำรงชีวิตของประชาชน
- เรื่องที่ ๑๐. การพัฒนาระบบการให้บริการประชาชน

## ส่วนที่ ๓ สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

### ๓.๑ การประเมินสถานการณ์ ปัญหา และความจำเป็นของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

(อธิบายถึงความจำเป็นที่จะต้องมีแผนปฏิบัติการฯ ซึ่งครอบคลุมถึงสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง)

ตามที่คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) เมื่อวันที่ ๙ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย โดยเน้นการบูรณาการทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ร่วมกันขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นองค์กรหลัก โดยที่ผ่านมาสํานักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการตามแผนอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างความเข้าใจในการดำเนินงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ต้องมีการติดตามประเมินผลเป็นระยะเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายตามที่กำหนด ดังนั้น ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งเป็นช่วงดำเนินงานครบครึ่งแผน จึงควรมีการทบทวนเป้าหมายตัวชี้วัดรวมถึงแผนงานโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ในระยะต่อไปให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี แผนปฏิรูปประเทศ ๑๑ ด้าน และนโยบายรัฐบาล ตลอดจนบรรลุตามวิสัยทัศน์ ค่าเป้าหมายและเจตนารมณ์ของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติตามที่กำหนด

ทั้งนี้ ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐ ข้อ ๒.๔ กำหนดให้ใช้ชื่อแผนระดับที่ ๓ ว่า “แผนปฏิบัติการด้าน ... ระยะที่ ... (พ.ศ. ... - ...) เว้นแต่ในกรณีที่มีบทบัญญัติตามกฎหมายที่กำหนดชื่อแผนไว้แล้ว” ประกอบกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ กำหนด “(๘/๑) จัดทำแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายของรัฐบาล มติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค หรือมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคสากล” ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันจึงเห็นควรเปลี่ยนชื่อแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) เป็น “แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)”

## ๓.๒ สารสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

### ๓.๒.๑ วัตถุประสงค์

#### วิสัยทัศน์

“บูรณาการการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของทุกภาคส่วน เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน”

#### เป้าหมาย

- เพื่อให้การบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน
- เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน

#### ตัวชี้วัดระดับแผน

๑. ร้อยละความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย
๒. ร้อยละความพึงพอใจการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐ
๓. ร้อยละการรับรู้ข้อมูล/ข่าวสาร/องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

#### พันธกิจ

(๑) พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกันอันตรายจากสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

(๒) พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูล เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ตลอดจนนำข้อมูลไปใช้ในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

(๓) พัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ผ่านช่องทางที่หลากหลายสู่ทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภค

(๔) ส่งเสริมการรวมกลุ่ม และพัฒนาศักยภาพองค์กรผู้บริโภค และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภค

(๕) ส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเน้นการประสานความร่วมมือ และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในทุกระดับจากภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภค

### ๓.๒.๒ เป้าหมายและตัวชี้วัด/แนวทางการดำเนินการ/พัฒนา

ตัวชี้วัดระดับแผน	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๑. ร้อยละความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๓	ร้อยละ ๗๖
๒. ร้อยละความพึงพอใจการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐ	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๓	ร้อยละ ๗๖
๓. ร้อยละการรับรู้ข้อมูล/ข่าวสาร/องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๓	ร้อยละ ๗๖

## แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

### เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์

- ๑) กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีความเท่าทันสถานการณ์เทียบเท่ามาตรฐานสากล
- ๒) มีการควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงกลไกการเฝ้าระวัง และแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- ๓) พัฒนากลไกการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพ

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๑.๑ พัฒนา ปรับปรุง แก้ไขกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคสู่ระดับมาตรฐานสากล

#### วิธีการ

- ๑) การศึกษา ทบทวนสถานการณ์ และเฝ้าระวังปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระหว่างประเทศในประเด็นด้านกฎหมาย มาตรการ และข้อบังคับต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค หรืออาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค
- ๒) การผลักดันให้มีการปรับปรุง และพัฒนานโยบาย กฎหมาย มาตรฐาน มาตรการ ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกิดประโยชน์กับผู้บริโภค
- ๓) การสนับสนุนกระบวนการพัฒนา และการปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศจากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคม เช่น ฉันทามติจากสมัชชาสุขภาพ เวทีสาธารณะ การเข้าชื่อเพื่อเสนอกฎหมาย เป็นต้น
- ๔) การสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นออกข้อบังคับ หรือข้อบัญญัติเพื่อเป็นกติกากในการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ของตนเอง
- ๕) ปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ๑.๑ จำนวนกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๙ ฉบับ	๙ ฉบับ	๙ ฉบับ

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๑.๒ พัฒนามาตรการหรือแนวทางการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงกลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

#### วิธีการ

- ๑) การพัฒนาระบบการควบคุม กำกับดูแล ตลอดจนมาตรฐานสินค้าและบริการของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้สินค้าและบริการมีความปลอดภัย และมีมาตรฐานที่ยอมรับได้ร่วมกันทั่วประเทศ
- ๒) การพัฒนาเครื่องมือ หรือวิธีการในการติดตามตรวจสอบ ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการ เพื่อให้การผลิต การนำเข้า การครอบครอง การจำหน่าย การโฆษณา การใช้ การกำจัด และการบำบัดทำลายมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ต้องสามารถเทียบเคียงได้กับมาตรฐานสากล
- ๓) การพัฒนาระบบการป้องกันอันตรายจากสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย เช่น การเฝ้าระวังและติดตามตรวจสอบสินค้าและบริการโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การพิสูจน์ทดสอบคุณภาพและมาตรฐานสินค้า เป็นต้น
- ๔) การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา การรวบรวมองค์ความรู้ การทดสอบสินค้า หรือค้นคว้านวัตกรรม เพื่อนำมาใช้ในการป้องกัน แก้ไขปัญหา และส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย (๑) ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบตามแผนปฏิบัติการของหน่วยงาน

ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย (๒) จำนวนเรื่องการแจ้งเตือนภัย

ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๗๐ เรื่อง	๘๔ เรื่อง	๙๘ เรื่อง

แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๑.๓ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพ

วิธีการ

- ๑) การพัฒนาแนวทางการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน โดยการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการงาน เพื่อให้การแก้ไขปัญหาทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- ๒) ปรับปรุงกระบวนการ/ วิธีการ โดยการลดขั้นตอน ลดระยะเวลาเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและรวดเร็ว

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติ

ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐

แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๑.๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

วิธีการ

- ๑) สร้างความร่วมมือกับภาคผู้ประกอบการในการรับมอบนโยบายและมาตรการต่างๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนร่วมกันหาแนวทางการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค เพื่อให้กระบวนการแก้ไขปัญหาเร็วมากยิ่งขึ้น
- ๒) กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อปัญหาที่เกิดจากการใช้สินค้าหรือบริการที่ตนเป็นผู้ผลิต จำหน่าย หรือนำเข้า โดยกำหนดให้เป็นนโยบายหรือมาตรการอย่างชัดเจน เพื่อเป็นมาตรฐานแนวทางปฏิบัติต่อผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกกรณี

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนมาตรการ/ แนวทางการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการร่วมกับภาครัฐ

ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๑๑ มาตรการ/ แนวทาง	๑๑ มาตรการ/ แนวทาง	๑๑ มาตรการ/ แนวทาง

## แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๒ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค

### เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์

1. การนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้เพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย
2. มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ครอบคลุมทุกภารกิจ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๒.๑ พัฒนาระบบและเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

#### วิธีการ

- ๑) วิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลสถิติที่จำเป็นเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนและการแก้ไขปัญหา เช่น ข้อมูลการจดทะเบียนของสถานประกอบการ สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภาค ระดับประเทศ และต่างประเทศ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์หรือแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศในอนาคต
- ๒) สร้างความเข้าใจเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการเชื่อมโยงฐานข้อมูลให้ครอบคลุมทุกภารกิจในการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางให้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ทันต่อเหตุการณ์ และเผยแพร่ข้อมูลให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างทันท่วงที
- ๔) การสนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถเข้าถึงข้อมูลตามสิทธิการเข้าถึงข้อมูล เพื่อสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการแก้ไขปัญหา การวางแผน กำหนดมาตรการป้องกัน พัฒนา และปรับปรุงมาตรการ ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ตลอดจนนำข้อมูลไปจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับเจ้าหน้าที่วางแผนพัฒนาองค์ความรู้และเสริมศักยภาพให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน และระหว่างภาคส่วนในการทำงาน เป็นต้น

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

#### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๒.๒ ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค

#### วิธีการ

- ๑) พิจารณา ทบทวน ปรับปรุง กระบวนการ โดยการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น
- ๒) กำหนดให้ทุกงานบริการที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการหรือผู้บริโภคต้องใช้นวัตกรรมสารสนเทศ ในการให้บริการเพื่อความสะดวกรวดเร็ว ลดระยะเวลา เพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการของภาครัฐ

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนนวัตกรรมสารสนเทศเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

#### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๘ นวัตกรรม	๘ นวัตกรรม	๘ นวัตกรรม

## แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๓ การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

### เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์

- เสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิหน้าที่และมีภูมิคุ้มกันในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ การเข้าถึงและรับรู้สื่อได้อย่างสะดวก เท่าทันสถานการณ์ รวมถึงมีการบริโภคอย่างยั่งยืน

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๓.๑ สร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค

#### วิธีการ

๑) สำรวจองค์ความรู้ในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง ด้วยการค้นคว้า ศึกษาวิจัย จากผลงานการวิจัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งด้านพฤติกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ นิติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ฯลฯ จากผลงานที่รวบรวมไว้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๒) พัฒนาองค์ความรู้จากการรวบรวมงานวิจัย ข้อมูลสถิติ ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค แล้วนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ โดยผ่านกระบวนการจัดการองค์ความรู้ก่อนจัดทำเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ เผยแพร่ต่อสาธารณะ

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น

#### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๖๕ เรื่อง	๖๕ เรื่อง	๖๕ เรื่อง

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๓.๒ สื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

#### วิธีการ

๑) พัฒนารูปแบบวิธีการจัดทำสื่อให้มีความน่าสนใจ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย และข้อจำกัดในการรับรู้ของผู้บริโภคที่ต่างกัน

๒) พัฒนารูปแบบการให้ความรู้ การรณรงค์ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางที่หลากหลายเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ และกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ การสื่อสารในสื่อกระแสหลัก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และวิทยุ, การสื่อสารในสื่อท้องถิ่น เช่น โทรทัศน์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน, การสื่อสารในสื่อชุมชน เช่น หอกระจายข่าว และเสียงตามสาย, การสื่อสารโดยสื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่รัฐ แกนนำ และอาสาสมัคร ตลอดจนการสื่อสารโดยสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น หนังสือ เอกสาร แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ และบอร์ดนิทรรศการ รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสังคมออนไลน์ (Social Media) การจัดฝึกอบรม ศึกษาดูงาน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น

๓) ผลักดันให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภาค ระดับประเทศ ภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในการเผยแพร่องค์ความรู้ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งร่วมรณรงค์ประชาสัมพันธ์ผ่านรูปแบบวิธีการที่หลากหลาย

๔) ส่งเสริมความร่วมมือกับภาคธุรกิจ และสื่อสารมวลชนในการเผยแพร่ข้อมูลสินค้าและบริการที่ถูกต้องตามความจริงอันจะเป็นประโยชน์ต่อการรักษาสิทธิของผู้บริโภค

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าถึงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

#### ค่าเป้าหมาย:

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐



## แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๔ การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

### เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์

- อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค และองค์กรของผู้บริโภค มีคุณภาพ และสามารถดำเนินกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๔.๑ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### วิธีการ

๑) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริโภคได้รวมกลุ่มจัดตั้งเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคหรือองค์กรของผู้บริโภค เพื่อดำเนินกิจกรรมในการปกป้อง คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค และดำเนินกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตามความสนใจ

๒) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ด้านกฎหมาย ระเบียบวิธีการปฏิบัติ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ปัญหาให้กับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคและองค์กรของผู้บริโภค

๓) พัฒนาทักษะ ด้านการเฝ้าระวัง ป้องกัน การติดตามสอดส่องพฤติการณ์ผู้ประกอบการ การให้คำปรึกษา การรับเรื่องร้องเรียน การเจรจาไกล่เกลี่ย หรือทักษะอื่นที่จำเป็นตามอำนาจหน้าที่ ให้กับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคและองค์กรของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ

๔) ส่งเสริมให้มีการจัดทำหลักสูตรการคุ้มครองผู้บริโภค คู่มือการปฏิบัติงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ที่รวบรวมเนื้อหาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค สำหรับให้เจ้าหน้าที่รัฐ องค์กรผู้บริโภค เครือข่ายผู้ประกอบการ และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

๕) จัดทำฐานข้อมูลเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคและองค์กรของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ

**ตัวชี้วัดแนวทางย่อย** ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา

ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๕๕	ร้อยละ ๖๐

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๔.๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

#### วิธีการ

๑) ศึกษาค้นคว้า ข้อมูลหลักเกณฑ์ และวิธีการรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

๒) สำรวจ รับฟังความคิดเห็นที่มีต่อหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

๓) จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

**ตัวชี้วัดแนวทางย่อย** ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕

## แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

### เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์

- ส่งเสริมให้ภาคีการพัฒนาต่าง ๆ มีการบูรณาการเพื่อยกระดับงานคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๕.๑ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ (Big Projects)

#### วิธีการ

๑) ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภค เพื่อกำหนดประเด็นเฉพาะเรื่อง (Big Projects) ในการบูรณาการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

๒) สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ครอบคลุมทั้งระบบการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อเป็นการลดหรือควบคุมระดับความรุนแรงหรือความถี่ของปัญหา

๓) กำหนดแนวทาง/ มาตรการเชิงป้องกัน/ มาตรการเชิงแก้ไขปัญหา ที่มีการบังคับใช้ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม โดยจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน

๔) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามแผนปฏิบัติการอย่างเคร่งครัด มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน **ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จการขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ (Big Projects)**

#### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๕.๒ การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

#### วิธีการ

๑) จัดทำแผนปฏิบัติการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินงาน และการติดตามประเมินผล

๒) ติดตามผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค เป็นระยะ โดยมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรายงานผลดังกล่าว

**ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค**

#### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕

## สรุปข้อมูลโครงการสำคัญภายใต้ร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุง) (ณ วันที่ ๑๘ พ.ค. ๒๕๖๓)

ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
<b>แนวทางการดำเนินการที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค</b>					
<b>แนวทางย่อยที่ ๑.๑ พัฒนา ปรับปรุง แก้ไขกฎหมายด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคสู่ระดับมาตรฐานสากล</b>					
	ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข	๑๑ ฉบับ	๑๑ ฉบับ	๑๑ ฉบับ	สคบ./ อย. / สบส./ สมอ./ สพธอ. / กสทช./ คปภ./ กทท./ กรมวิชาการเกษตร/ กรมการค้าภายใน/ กรมการขนส่งทางบก
	๑ โครงการ Digital Governance	๑ ฉบับ	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพธอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวนแผน องค์การตามบทบาทและภารกิจใหม่ที่ ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพธอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวน แผนองค์การตามบทบาทและ ภารกิจใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	สำนักงานพัฒนาธุรกรรม ทางอิเล็กทรอนิกส์
	๒ กิจกรรมจัดทำ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ	จำนวนกฎหมาย ๓๘ ฉบับ	-	-	อย.
<b>แนวทางย่อยที่ ๑.๒ พัฒนามาตรการหรือแนวทางการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงกลไกการเฝ้าระวัง และแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ</b>					
	ตัวชี้วัดแนวทางย่อย (๑) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือ สถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ	ร้อยละ ๘	ร้อยละ ๙	ร้อยละ ๑๐	สคบ./ อย./ สบส./ มกช./ สมอ./ กสทช. / คปภ./ กทท.
	๑ การเฝ้าระวังการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์ เช่น การโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการจูงใจให้ ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้า โดยหลอกลวงหรือกระทำให้เกิดความเข้าใจ	-	-	-	กสทช.

ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
	ผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับบริการหรือสินค้านั้น หรือโดยการใช้หรืออ้างอิง รายงานทางวิชาการสถิติ หรือข้อมูลอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง				
๒	คณะทำงานเฉพาะกิจเพื่อคุ้มครองสิทธิประโยชน์ประชาชนด้านประกันภัยใน สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID - ๑๙)	คุ้มครองสิทธิประโยชน์ประชาชนด้าน ประกันภัยในสถานการณ์การแพร่ ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID - ๑๙)	คุ้มครองสิทธิประโยชน์ประชาชนด้าน ประกันภัยในสถานการณ์การแพร่ระบาด ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID - ๑๙)	คุ้มครองสิทธิประโยชน์ประชาชน ด้านประกันภัยในสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID - ๑๙)	สำนักงานคณะกรรมการ กำกับและส่งเสริมการ ประกอบธุรกิจประกันภัย * ตัวชี้วัด จำนวนข้อพาท ด้านการประกันภัยลดลง
๓	โครงการศึกษาเพื่อพัฒนากระบวนการจัดการสินไหมทดแทนด้านการ ประกันภัย	ระดับความสำเร็จการศึกษา เพื่อ พัฒนากระบวนการจัดการสินไหม ทดแทนด้านการประกันภัย	-	-	สำนักงานคณะกรรมการ กำกับและส่งเสริมการ ประกอบธุรกิจประกันภัย * ตัวชี้วัด จำนวนข้อพาท ด้านการประกันภัยลดลง
๔	กิจกรรมตรวจสอบเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐาน ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เป็นไปตามกฎหมาย	ผลิตภัณฑ์สุขภาพ โฆษณา และ ฉลาก ๓๕๘,๖๔๒ รายการ	-	-	อย.
๕	กิจกรรมตรวจสอบเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐาน ความปลอดภัยของสถานประกอบการให้เป็นไปตามกฎหมาย	สถานประกอบการ ๔,๒๓๐ ราย	-	-	อย.
	ตัวชี้วัดแนวทางย่อย (๒) จำนวนเรื่องการแจ้งเตือนภัย	๑๑๐ เรื่อง	๑๓๒ เรื่อง	๑๕๔ เรื่อง	สบค./ อย./ สบส./ มกช./ สมอ./ กสทช. / คปภ./ กทท./ กรม วิชาการเกษตร/ กรมการ ค้าภายใน /สพธอ.
๑	การเผยแพร่ข้อมูลการแจ้งเตือนภัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจาย เสียงและโทรทัศน์	๕	-	-	กสทช.
๒	โครงการ Thailand e-Commerce Sustainability	๑๐ เรื่อง	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพธอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวนแผน องค์กรตามบทบาทและภารกิจใหม่ที่ ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพธอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวน แผนองค์กรตามบทบาทและ ภารกิจใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	สำนักงานพัฒนาธุรกรรม ทางอิเล็กทรอนิกส์

ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด		ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
	๓	โครงการเตือนภัยผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ข้อมูลข่าวสารเตือนภัย ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ๑๐ เรื่อง	-	-	อย.
<b>แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๑.๓ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในทั้ง ส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพ</b>						
		ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไข ปัญหาจนได้ข้อยุติ	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๖๕	ร้อยละ ๗๐	สคบ./ อย./ สบส./ มกอช./ สมอ./ กสทช./ คปภ./ กทท./ กรมการค้า ภายใน
	๑	ร้อยละของการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนตามกระบวนการภายในระยะเวลาที่ กำหนด (ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์)	ร้อยละ ๘๐	-	-	กสทช.
	๒	กิจกรรมพิจารณาคำเนิการเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ร้อยละ ๙๙ ของจำนวนข้อ ร้องเรียนของผู้บริโภคได้รับการ แก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด	-	-	อย.
<b>แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๑.๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค</b>						
		ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนมาตรการ/ แนวทางการแก้ไขปัญหาการ คุ้มครองผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการร่วมกับภาครัฐ	๒๖ มาตรการ/ แนวทาง	๒๖ มาตรการ/ แนวทาง	๒๖ มาตรการ/ แนวทาง	สคบ./ อย./ สบส./ มกอช./ สมอ./ สฟธอ./ กสทช./ คปภ./ กทท./ กรมวิชาการเกษตร/ กรมการค้าภายใน/ กรมการ ขนส่งทางบก/ กรมส่งเสริม อุตสาหกรรม
	๑	การจัดทำมาตรการ/แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาจากการกระทำที่เป็น การเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (การสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์)	๑ มาตรการ/แนวทาง	-	-	กสทช.

ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด		ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
	๒	โครงการรับรองมาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก	การประชาสัมพันธ์มาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก (Q Mark) ให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า จำนวน ๕ ครั้ง	การประชาสัมพันธ์มาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก (Q Mark) ให้แก่ผู้ประกอบการขนส่ง จำนวน ๕ ครั้ง การจัดงานสัมมนามอบประกาศเกียรติคุณพร้อมโล่ ให้แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก ในปี ๒๕๖๓/๒๕๖๔ จำนวน ๑ ครั้ง	การประชาสัมพันธ์มาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก (Q Mark) ให้แก่ผู้ประกอบการขนส่ง จำนวน ๕ ครั้ง การจัดงานสัมมนามอบประกาศเกียรติคุณพร้อมโล่ ให้แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก ในปี ๒๕๖๔/๒๕๖๕ จำนวน ๑ ครั้ง	กรมการขนส่งทางบก
	๓	โครงการ Stop e-Commerce Fraud	๑ ฉบับ	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพธอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวนแผนองค์กรตามบทบาทและภารกิจใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพธอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวนแผนองค์กรตามบทบาทและภารกิจใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
	๔	โครงการ Speed up e-Licensing	อย่างน้อย ๒ กระบวนการ	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพธอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวนแผนองค์กรตามบทบาทและภารกิจใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพธอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวนแผนองค์กรตามบทบาทและภารกิจใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
	๕	โครงการพัฒนาแนวทางการจัดเตรียมเอกสารประกอบการขึ้นทะเบียนตำรับยาที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ชั้นสูง	แนวทางการขึ้นทะเบียน ๑ ฉบับ (คาดว่าจะดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ COVID-๑๙)	-	-	อย.
	๖	กิจกรรมพัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายในการจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ	แนวทางปฏิบัติ ๒ แนวทาง	-	-	อย.
	๗	กิจกรรมส่งเสริมจริยธรรมสถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ	การมอบรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ดประจำปี ๒๕๖๓ จำนวน ๑ ครั้ง	-	-	อย.

ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
	แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๒ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค				
	แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๒.๑ พัฒนาระบบและเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค				
	ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	หน่วยงานหลัก: สคบ. หน่วยงานสนับสนุน: (ระยะที่ ๑ มี ๒๘ หน่วยงาน ภายใต้คณะทำงานฯ ๑๗ หน่วยงาน/ ไม่ใช่ คณะทำงานฯ ๑๑ หน่วยงาน) กรมการปกครอง/ กระทรวงมหาดไทย/ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น/ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า/ กรมการค้าภายใน/ สพธอ./ อย./ สบส./ กรมการขนส่งทางบก/ กรมที่ดิน/ สมอ./ กทพ./ กรมวิชาการเกษตร/ คปภ./ กสทช./ สพร./ สปน./ กรมโยธาธิการและผังเมือง/ กระทรวงยุติธรรม/ กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ/ กรมบังคับคดี/ ธปท./ ปปง./ อัยการสูงสุด/ แพทยสภา/ ทันตแพทยสภา/ ก.พ.ร./ สำนักงานศาลยุติธรรม /สำนักงานสถิติแห่งชาติ/ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
	๑ กิจกรรม การเชื่อมโยงข้อมูลนิติบุคคลด้วยระบบ Web Services - สคบ. สามารถตรวจสอบข้อมูลนิติบุคคล โดยการค้นหาจากชื่อหรือเลขทะเบียนนิติบุคคล แบบ Real time	-	-	-	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
	๒ โครงการรายงานอุบัติภัยกลุ่มหรือรายใหญ่ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการประกันภัย	บริษัทประกันภัยชดใช้เงินหรือค่าสินไหมทดแทนมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	บริษัทประกันภัยชดใช้เงินหรือค่าสินไหมทดแทนมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	บริษัทประกันภัยชดใช้เงินหรือค่าสินไหมทดแทน มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย  * ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จการติดตาม และเร่งรัดการชดใช้เงินหรือค่าสินไหมทดแทนตามสัญญาประกันภัยของบริษัทประกันภัยให้แก่ประชาชน

ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด		ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
	๓	กิจกรรมเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพระหว่าง สคบ. กับ ออย.	ฐานข้อมูล ด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภค ๓ ด้าน	-	-	ออย..
<b>แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๒.๒ ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค</b>						
		ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนนวัตกรรมสารสนเทศเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค	๑๑ นวัตกรรม	๑๑ นวัตกรรม	๑๑ นวัตกรรม	สคบ./ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า/ กรมการค้าภายใน/ สพอ./ ออย./ สบส./ กรมการขนส่งทาง บก/ สโม./ กทท./ คปภ./ กสทช.
	๑	โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ประจำปี งบประมาณ ๒๕๖๓	- ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารผ่านทาง สื่อวิทยุและโทรทัศน์ ในรูปแบบ ผู้ ประกาศ/ผู้ดำเนินรายการ รายงาน ข่าวสารและข้อความประชาสัมพันธ์ - ผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ในรูปแบบ คลิปวิดีโอ และอินโฟ กราฟิก เพิ่มช่องทางติดต่อระหว่างประชาชน กับกรมการขนส่งทางบกผ่านช่องทาง โซเชียล เช่นFacebook และ Line@	- ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารผ่านทาง สื่อวิทยุและโทรทัศน์ ในรูปแบบ ผู้ ประกาศ/ผู้ดำเนินรายการ รายงาน ข่าวสารและข้อความประชาสัมพันธ์ - ผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ในรูปแบบ คลิปวิดีโอ และอินโฟ กราฟิก - เพิ่มช่องทางติดต่อระหว่าง ประชาชนกับกรมการขนส่งทางบก ผ่านช่องทางโซเชียล เช่นFacebook และ Line@	- ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารผ่าน ทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ใน รูปแบบ ผู้ประกาศ/ผู้ดำเนิน รายการ รายงานข่าวสารและ ข้อความประชาสัมพันธ์ - ผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อ ออนไลน์ ในรูปแบบ คลิปวิดีโอ และอินโฟกราฟิก - เพิ่มช่องทางติดต่อระหว่าง ประชาชนกับกรมการขนส่งทาง บกผ่านช่องทางโซเชียล เช่น Facebook และ Line@	กรมการขนส่งทางบกกลุ่ม ประชาสัมพันธ์และสื่อสาร องค์กร
	๒	โครงการสารคดีสั้น ๑ นาที กับ กปถ. เสริมสร้างความปลอดภัยในการใช้รถใช้ ถนน	- ผลิตและเผยแพร่สารคดีสั้นทาง วิทยุ ตอนละ ๑ นาที ข่าว ประชาสัมพันธ์	- ผลิตและเผยแพร่สารคดีสั้นทาง วิทยุ ตอนละ ๑ นาที ข่าว ประชาสัมพันธ์	- ผลิตและเผยแพร่สารคดีสั้น ทางวิทยุ ตอนละ ๑ นาที ข่าว ประชาสัมพันธ์	กรมการขนส่งทางบก กลุ่มประชาสัมพันธ์และ สื่อสารองค์กร
	๓	โครงการ พัฒนาระบบบริหารข้อมูล Trustmarkthai.com	ระบบ trustmarkthai.com จำนวน ๑ ระบบ	-	-	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
	๔	โครงการ Stop e-Commerce Fraud	๑ ระบบ	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวน แผนองค์กรตามบทบาทและภารกิจ	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่า เป้าหมายในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพอ. กำลัง อยู่ระหว่างทบทวนแผนองค์กร	สำนักงานพัฒนาธุรกรรม ทางอิเล็กทรอนิกส์



ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด		ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
				ใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	ตามบทบาทและภารกิจใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	
	๕	กิจกรรมส่งเสริมการใช้นวัตกรรมสารสนเทศเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	นวัตกรรมสารสนเทศ ๑ นวัตกรรม	-	-	อย.
<b>แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๓ การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค</b>						
<b>แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๓.๑ สร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค</b>						
		ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น	๑๐๐ เรื่อง	๑๐๐ เรื่อง	๑๐๐ เรื่อง	กสทช. สฟทอ. กทท. กศน. สป.อว. อย. คปภ. สมอ. สปน. สคบ. สบส. มกอช. กรมวิชาการ เกษตร กรมการค้าภายใน
	๑	การสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	๓ เรื่อง	-	-	กสทช.
	๒	โครงการ Thailand e-Commerce Sustainability	๑๐ เรื่อง	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สฟทอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวนแผนองค์การตามบทบาทและภารกิจใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สฟทอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวนแผนองค์การตามบทบาทและภารกิจใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
	๓	กิจกรรมผลิตองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	บทความ/งานวิจัย ๑๒ เรื่อง	-	-	อย.
<b>แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๓.๒ สื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย</b>						
		ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าถึงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐	อย. สบส. มกอช. สมอ. สฟทอ. กสทช. คปภ. กทท. กรมวิชาการเกษตร

ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด		ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
						กรมการค้าภายใน กรม ประชาสัมพันธ์ สคบ.
	๑	การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารและเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	๒ ช่องทาง	-	-	กสทช.
	๒	โครงการ Thailand e-Commerce Sustainability	ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ ล้านการ เข้าชม	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพธอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวนแผน องค์กรตามบทบาทและภารกิจใหม่ที่ ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	ขอสงวนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ในปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เนื่องจาก สพธอ. กำลังอยู่ระหว่างทบทวน แผนองค์กรตามบทบาทและ ภารกิจใหม่ที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. สำนักงานฯ พ.ศ. ๒๕๖๒	สำนักงานพัฒนาธุรกรรม ทางอิเล็กทรอนิกส์
	๓	โครงการเตือนภัยผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ร้อยละ ๖๐ ของผู้บริโภคเข้าถึงสื่อ องค์ความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	-	-	อย.
<b>แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๔ การสร้างและการพัฒนา ศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค</b>						
<b>แนวทางการดำเนินงานที่ (กลยุทธ์) ๔.๑ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภคให้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ</b>						
		ตัวชี้วัดแนวทางการดำเนินงาน ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการ พัฒนา	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๘๐	อย. สบส. สมอ. กสทช. คปภ. กรมการค้าภายใน สคบ. สพฐ.
	๑	การสร้างความรู้ ความเข้าใจ ของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์ ระดับภูมิภาค ที่เข้าร่วมกิจกรรมการมีส่วนร่วมในระดับการให้ ข้อมูลข่าวสาร (Inform)	ร้อยละ ๘๐ ของเครือข่ายผู้บริโภคใน กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ระดับภูมิภาค มีความรู้ ความเข้าใจ	-	-	กสทช.
	๒	โครงการส่งเสริมความรู้ด้านการประกันภัยเชิงรุกสู่สาธารณชนทั่วประเทศผ่าน หน่วยงานเครือข่าย	จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการ ประกันภัย จำนวน ๑๐ ครั้ง ผู้เข้า อบรม ๖๐-๑๐๐ คน ต่อครั้ง รวม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น จำนวน ๖๐๐-๑,๐๐๐ คน	จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน ๖๐๐-๑,๐๐๐ คน	จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้าน การประกันภัย จำนวน ๑๐ ครั้ง ผู้เข้าอบรม ๖๐-๑๐๐ คน ต่อครั้ง รวมผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น จำนวน ๖๐๐-๑,๐๐๐ คน	สำนักงานคณะกรรมการ กำกับและส่งเสริมการ ประกอบธุรกิจประกันภัย

ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด		ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
	๓	โครงการส่งเสริมการประกันภัยตามนโยบายภาครัฐเพื่อประชาชน โดยการจัดอบรม/ กิจกรรมให้ความรู้การประกันภัยให้แก่ประชาชนกลุ่มต่างๆเช่น กลุ่มเกษตรกร/ผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องตามนโยบายภาครัฐ เป็นต้น	จัดอบรมความรู้ประกันภัยตามโครงการอบรมความรู้ประกันภัย (Training for the Trainers) สำหรับการประกันภัยข้าวนาปีมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ ๕ ในปี ๒๕๖๓ คณะรัฐมนตรีประกาศให้มีการรับประกันภัยข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ควบคู่กันสำนักงาน คปภ. ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการจัดอบรมความรู้และประชาสัมพันธ์ประกันภัยข้าวนาปี/ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยพิจารณาคัดเลือกจังหวัดที่จัดอบรมจากจำนวนพื้นที่เพาะปลูก อัตราการทำประกันภัย และอัตราการจ่ายค่าสินไหมทดแทน จำนวน ๑๐ จังหวัด ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน ๓,๐๐๐ คน	จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน	จัดอบรมความรู้ประกันภัยตามโครงการอบรมความรู้ประกันภัย (Training for the Trainers) สำหรับการประกันภัยข้าวนาปีมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ ๕ ในปี ๒๕๖๓ คณะรัฐมนตรีประกาศให้มีการรับประกันภัยข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ควบคู่กันสำนักงาน คปภ. ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการจัดอบรมความรู้และประชาสัมพันธ์ประกันภัยข้าวนาปี/ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยพิจารณาคัดเลือกจังหวัดที่จัดอบรมจากจำนวนพื้นที่เพาะปลูก อัตราการทำประกันภัย และอัตราการจ่ายค่าสินไหมทดแทน จำนวน ๑๐ จังหวัด ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน ๓,๐๐๐ คน	สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย
	๔	โครงการ/กิจกรรมโครงการ คปภ. เพื่อชุมชน ประจำปี ๒๕๖๓	การลงพื้นที่ชุมชนที่คัดเลือก ปีละ ๕ ชุมชนเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการประกันภัยที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน รวมถึงร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถอดบทเรียนจากประสบการณ์จริงของแต่ละชุมชน เพื่อให้ประชาชนในชุมชนเกิดความตระหนักรู้ และสามารถใช้ระบบประกันภัยเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม พร้อมกับประชาสัมพันธ์บทบาท และภารกิจของสำนักงาน คปภ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร	จำนวน ๕ ชุมชนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน ๑,๐๐๐ -๒,๐๐๐ คน	การลงพื้นที่ชุมชนที่คัดเลือก ปีละ ๕ ชุมชนเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการประกันภัยที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน รวมถึงร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถอดบทเรียนจากประสบการณ์จริงของแต่ละชุมชน เพื่อให้ประชาชนในชุมชนเกิดความตระหนักรู้ และสามารถใช้ระบบประกันภัยเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม พร้อมกับประชาสัมพันธ์บทบาท และภารกิจของสำนักงาน คปภ. และ	สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด		ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
			จำนวน ๕ ชุมชนๆ ละประมาณ ๒๐๐ - ๓๐๐ คน รวม ๑,๐๐๐ -๑,๕๐๐ คน		หน่วยงานที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร จำนวน ๕ ชุมชนๆ ละประมาณ ๒๐๐ - ๓๐๐ คน รวม ๑,๐๐๐ -๑,๕๐๐ คน	
	๕	โครงการสัมมนาผู้ไกล่เกลี่ยและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาทักษะและถอดบทเรียนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทด้านการประกันภัย	ร้อยละของจำนวน ข้อพิพาทด้านการประกันภัยที่ดำเนินการด้วยวิธีการไกล่เกลี่ยแล้วเสร็จต่อจำนวน ข้อพิพาททั้งหมด ร้อยละ ๗๐	ร้อยละของจำนวนข้อพิพาทด้านการประกันภัยที่ดำเนินการด้วยวิธีการไกล่เกลี่ยแล้วเสร็จต่อจำนวนข้อพิพาททั้งหมด ร้อยละ ๗๐	ร้อยละของจำนวนข้อพิพาทด้านการประกันภัยที่ดำเนินการด้วยวิธีการไกล่เกลี่ยแล้วเสร็จต่อจำนวนข้อพิพาททั้งหมด ร้อยละ ๗๐	สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย <b>* ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จของการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทด้านการประกันภัย</b>
	๖	คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและการมีส่วนร่วมด้านการประกันภัย	ระบบการประกันภัยมีความโปร่งใส เป็นธรรม และเป็นที่น่าเชื่อถือของประชาชนให้ความสำคัญ และเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการประกันภัย	ระบบการประกันภัยมีความโปร่งใส เป็นธรรม และเป็นที่น่าเชื่อถือของประชาชนให้ความสำคัญ และเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการประกันภัย	ระบบการประกันภัยมีความโปร่งใส เป็นธรรม และเป็นที่น่าเชื่อถือของประชาชนให้ความสำคัญ และเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการประกันภัย	สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย <b>* ตัวชี้วัด ระบบการประกันภัยมีความโปร่งใสเป็นธรรม</b>
	๗	กิจกรรมสร้างและพัฒนาเครือข่ายที่มีการทำงานด้านเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างต่อเนื่อง	ร้อยละ ๗๐ ของเครือข่ายที่มีการทำงานด้านเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างต่อเนื่อง	ร้อยละ ๘๐ ของเครือข่ายที่มีการทำงานด้านเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างต่อเนื่อง	ร้อยละ ๙๐ ของเครือข่ายที่มีการทำงานด้านเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างต่อเนื่อง	อย.
แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๔.๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค						
		ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๔	๕	หน่วยงานหลัก: สคบ. (กมป.) หน่วยงานสนับสนุน สปน. อย. สบส. กสทช. คปภ. สมอ.

ที่	ยุทธศาสตร์/ แนวทาง/ ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
		๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	
	<b>แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการ คุ้มครองผู้บริโภค</b>				
	<b>แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๕.๑ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคเชิงบูรณาการ (Big Projects)</b>				
	ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จการขับเคลื่อนนโยบายด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ (Big Projects)	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕	หน่วยงานหลัก: สคบ. หน่วยงานสนับสนุน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ นโยบายด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคเชิงบูรณาการ (Big Projects) ในแต่ละปีงบประมาณ
	<b>แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๕.๒ การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครอง ผู้บริโภค</b>				
	ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	หน่วยงานหลัก: สคบ. หน่วยงานที่สนับสนุน หน่วยงานภายใต้แผน ยุทธศาสตร์

**ภาคผนวก**

ภาคผนวก ก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ  
ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 – 2564)



คำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค  
ที่ ๙ /๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑  
(พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

ด้วยคณะรัฐมนตรี ในคราวประชุมเมื่อวันที่ ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๐ ได้มีมติเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ โดยเน้นการบูรณาการทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพขององค์กร และภาคีเครือข่ายการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อขจัดปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภค สร้างความเข้มแข็งให้กับภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) สามารถขับเคลื่อนได้สำเร็จตามเป้าหมายภายใต้ความร่วมมือจากทุกหน่วยงาน อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๕ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑ และแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๖ ประกอบกับมติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการประชุมครั้งที่ ๑๐/๒๕๖๐ เมื่อวันที่ ๒๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ จึงแต่งตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์คุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) โดยมีองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ ดังนี้

๑. องค์ประกอบ

๑.๑	เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	ประธานอนุกรรมการ
๑.๒	ผู้แทนกระทรวงการคลัง	อนุกรรมการ
๑.๓	ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์	อนุกรรมการ
๑.๔	ผู้แทนกระทรวงคมนาคม	อนุกรรมการ
๑.๕	ผู้แทนกระทรวงมหาดไทย	อนุกรรมการ
๑.๖	ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ	อนุกรรมการ
๑.๗	ผู้แทนกระทรวงสาธารณสุข	อนุกรรมการ
๑.๘	ผู้แทนกระทรวงอุตสาหกรรม	อนุกรรมการ
๑.๙	ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	อนุกรรมการ
๑.๑๐	ผู้แทนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	อนุกรรมการ
๑.๑๑	ผู้แทนกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ
๑.๑๒	ผู้แทนกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	อนุกรรมการ
๑.๑๓	ผู้แทนกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	อนุกรรมการ
๑.๑๔	ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย	อนุกรรมการ

๑.๑๕ ผู้แทน...



- |  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| ๑.๑๕ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง<br>กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ  | อนุกรรมการ                        |
| ๑.๑๖ ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้อง<br>ตามที่เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเห็นชอบ<br>ครั้งละไม่เกิน ๕ คน | อนุกรรมการ                        |
| ๑.๑๗ รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค<br>ที่เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมาย   | อนุกรรมการและ<br>เลขานุการ        |
| ๑.๑๘ ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค<br>สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค   | อนุกรรมการและ<br>ผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๑.๑๙ เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค<br>จำนวน ๒ คน  | อนุกรรมการและ<br>ผู้ช่วยเลขานุการ |

๒. อำนาจหน้าที่

๒.๑ กำหนดแนวทางเชิงนโยบายและกลไกการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครอง  
ผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ให้มีความครอบคลุมและชัดเจน

๒.๒ ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ  
ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

๒.๓ กำกับ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค  
แห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

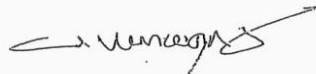
๒.๔ ทบทวนและพิจารณาปรับปรุงเป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนงานตามแผนยุทธศาสตร์  
การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ให้สอดคล้องและเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลง  
ของบริบททางเศรษฐกิจและสังคม

๒.๕ แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อดำเนินการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ  
ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ให้เกิดประสิทธิภาพ

๒.๖ ดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๗ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๐



(นายอโนมสิน ชีวะพฤกษ์)

รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี  
ประธานกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนและทบทวนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ  
ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 – 2564)



คำสั่งคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ

ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

ที่ ๗๑ /๒๕๖๑

เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนและทบทวนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑

(พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

ตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีคำสั่งที่ ๙/๒๕๖๐ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ลงวันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล นั้น

เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) มีความสอดคล้องกับนโยบายและเป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน อาศัยอำนาจตามข้อ ๒.๕ คำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ ๙/๒๕๖๐ (ข้อ ๒.๕) ประกอบมติคณะกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ในการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๖๑ เมื่อวันที่ ๒๒ มีนาคม ๒๕๖๑ จึงแต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนและทบทวนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) จำนวน ๕ คณะ ตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

องค์ประกอบ

- |   |                |
|---|----------------|
| ๑.๑ รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค<br>(ที่ได้รับมอบหมาย) | ประธานคณะทำงาน |
| ๑.๒ ผู้แทนสำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม                               | คณะทำงาน       |
| ๑.๓ ผู้แทนกรมวิชาการเกษตร   | คณะทำงาน       |
| ๑.๔ ผู้แทนสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ              | คณะทำงาน       |
| ๑.๕ ผู้แทนสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม                      | คณะทำงาน       |
| ๑.๖ ผู้แทนกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม                                   | คณะทำงาน       |
| ๑.๗ ผู้แทนกรมการท่องเที่ยว  | คณะทำงาน       |
| ๑.๘ ผู้แทนกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น                            | คณะทำงาน       |
| ๑.๙ ผู้แทนสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข                            | คณะทำงาน       |
| ๑.๑๐ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา                           | คณะทำงาน       |
| ๑.๑๑ ผู้แทนกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ                                | คณะทำงาน       |
| ๑.๑๒ ผู้แทนกรมควบคุมมลพิษ   | คณะทำงาน       |

๑.๑๓ ผู้แทนกอง...

๑.๑๓	ผู้แทนกรมวิทยาศาสตร์บริการ	คณะทำงาน
๑.๑๔	ผู้แทนกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก	คณะทำงาน
๑.๑๕	ผู้แทนกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา	คณะทำงาน
๑.๑๖	ผู้แทนกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรง	คณะทำงาน
๑.๑๗	ผู้แทนกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา	คณะทำงาน
๑.๑๘	ผู้อำนวยการกองกฎหมายและคดี	คณะทำงานและ เลขานุการ
๑.๑๙	ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ได้รับมอบหมาย จำนวน ๒ คน	คณะทำงานและ ผู้ช่วยเลขานุการ
๒.	ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค องค์ประกอบ	
๒.๑	รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ที่ได้รับมอบหมาย)	ประธานคณะทำงาน
๒.๒	ผู้แทนกรมการขนส่งทางบก	คณะทำงาน
๒.๓	ผู้แทนสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย	คณะทำงาน
๒.๔	ผู้แทนกรมการปกครอง	คณะทำงาน
๒.๕	ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	คณะทำงาน
๒.๖	ผู้แทนกรมพัฒนาธุรกิจการค้า	คณะทำงาน
๒.๗	ผู้แทนสำนักงานปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	คณะทำงาน
๒.๘	ผู้แทนสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	คณะทำงาน
๒.๙	ผู้แทนสำนักงานสถิติแห่งชาติ	คณะทำงาน
๒.๑๐	ผู้แทนสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์	คณะทำงาน
๒.๑๑	ผู้แทนสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	คณะทำงาน
๒.๑๒	ผู้แทนกรมที่ดิน	คณะทำงาน
๒.๑๓	ผู้แทนกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ	คณะทำงาน
๒.๑๔	ผู้แทนกรมการท่องเที่ยว	คณะทำงาน
๒.๑๕	ผู้แทนกรมวิชาการเกษตร	คณะทำงาน
๒.๑๖	ผู้แทนกรมการค้าภายใน	คณะทำงาน
๒.๑๗	ผู้แทนสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	คณะทำงาน
๒.๑๘	ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริม การประกอบธุรกิจประกันภัย	คณะทำงาน
๒.๑๙	ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	คณะทำงาน
		๒.๑๙ ผู้แทนสำนัก...

- |      |  |                             |
|------|--|-----------------------------|
| ๒.๒๐ | ผู้แทนกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง              | คณะทำงาน                    |
| ๒.๒๑ | ผู้อำนวยการส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ                                     | คณะทำงานและเลขานุการ        |
| ๒.๒๒ | ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับมอบหมาย จำนวน ๒ คน | คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ |
๓. ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคองค์ประกอบ
- |      |   |                             |
|------|---|-----------------------------|
| ๓.๑  | ผู้อำนวยการกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์   | ประธานคณะทำงาน              |
| ๓.๒  | ผู้แทนกรมประชาสัมพันธ์  | คณะทำงาน                    |
| ๓.๓  | ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา  | คณะทำงาน                    |
| ๓.๔  | ผู้แทนกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ   | คณะทำงาน                    |
| ๓.๕  | ผู้แทนสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  | คณะทำงาน                    |
| ๓.๖  | ผู้แทนกรมวิชาการเกษตร   | คณะทำงาน                    |
| ๓.๗  | ผู้แทนกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น  | คณะทำงาน                    |
| ๓.๘  | ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน   | คณะทำงาน                    |
| ๓.๙  | ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ | คณะทำงาน                    |
| ๓.๑๐ | หัวหน้าฝ่ายวิชาการเผยแพร่   | คณะทำงานและเลขานุการ        |
| ๓.๑๑ | ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับมอบหมาย จำนวน ๒ คน                | คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ |
๔. ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคองค์ประกอบ
- |     |  |                |
|-----|--|----------------|
| ๔.๑ | ผู้อำนวยการสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด | ประธานคณะทำงาน |
| ๔.๒ | ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา                           | คณะทำงาน       |
| ๔.๓ | ผู้แทนกรมการค้าภายใน   | คณะทำงาน       |
| ๔.๔ | ผู้แทนกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ                                | คณะทำงาน       |
| ๔.๕ | ผู้แทนสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม                     | คณะทำงาน       |
| ๔.๖ | ผู้แทนกรมส่งเสริมการเกษตร                                    | คณะทำงาน       |
| ๔.๗ | ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา                         | คณะทำงาน       |
| ๔.๘ | ผู้แทนสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย  | คณะทำงาน       |

๔.๕ ผู้แทนสำนัก...

๔.๙ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	คณะทำงาน
๔.๑๐ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริม การประกอบธุรกิจประกันภัย	คณะทำงาน
๔.๑๑ ผู้แทนกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	คณะทำงาน
๔.๑๒ ผู้อำนวยการส่วนประสานและส่งเสริม การคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด ๑	คณะทำงานและ เลขานุการ
๔.๑๓ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ได้รับมอบหมาย จำนวน ๒ คน	คณะทำงานและ ผู้ช่วยเลขานุการ
<b>๕. ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค องค์ประกอบ</b>	
๕.๑ ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค	ประธานคณะทำงาน
๕.๒ ผู้แทนสำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม	คณะทำงาน
๕.๓ ผู้แทนสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข	คณะทำงาน
๕.๔ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	คณะทำงาน
๕.๕ ผู้แทนกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ	คณะทำงาน
๕.๖ ผู้แทนกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น	คณะทำงาน
๕.๗ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา	คณะทำงาน
๕.๘ ผู้แทนสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	คณะทำงาน
๕.๙ ผู้แทนกรมการค้าภายใน	คณะทำงาน
๕.๑๐ ผู้แทนกรมวิชาการเกษตร	คณะทำงาน
๕.๑๑ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	คณะทำงาน
๕.๑๒ ผู้แทนสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด	คณะทำงาน
๕.๑๓ ผู้อำนวยการส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน	คณะทำงานและ เลขานุการ
๕.๑๔ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ได้รับมอบหมาย จำนวน ๒ คน	คณะทำงานและ ผู้ช่วยเลขานุการ

#### อำนาจหน้าที่

ให้คณะทำงานแต่ละยุทธศาสตร์ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินงานในยุทธศาสตร์ที่รับผิดชอบ ดังนี้

๑. พิจารณา ศึกษา และวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง เพื่อทบทวนและปรับปรุงเป้าหมาย  
กลยุทธ์ และแผนงานตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)  
ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

๒. เสนอแนะ...

๒. เสนอแนะร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ยุทธศาสตร์หรือแผนแม่บทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน
๓. ประสานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่เป้าหมาย และตัวชี้วัดผลสำเร็จในระดับประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์
๔. พิจารณาโครงการ/กิจกรรม และงบประมาณในการดำเนินงานเพื่อตอบสนองตัวชี้วัดตามประเด็นยุทธศาสตร์
๕. ปฏิบัติงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๑

พลตำรวจตรี



(ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์)

เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค  
ประธานอนุกรรมการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์  
การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

ภาคผนวก ข

รายละเอียดตัวชี้วัด ภายใต้ร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ฉบับปรับปรุง  
(พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)



## รายละเอียดตัวชี้วัด ภายใต้ร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

### รายละเอียดตัวชี้วัดระดับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

#### ๑. ร้อยละความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

ค่าเป้าหมาย:

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๓	ร้อยละ ๗๖

**คำอธิบาย:** ความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย หมายถึง ความมั่นใจ ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม

**วิธีการประเมินผล:** แบบสำรวจความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย โดยมีกลุ่มเป้าหมาย: ประชาชนทั่วไป ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และช่วงอายุตามที่กำหนด และ ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ ตัวอย่าง

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** หน่วยงานหลัก: สคบ.

หน่วยงานสนับสนุน: ทุกหน่วยงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

#### ๒. ร้อยละความพึงพอใจการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐ

ค่าเป้าหมาย:

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๓	ร้อยละ ๗๖

**คำอธิบาย:** ความพึงพอใจการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐ หมายถึง เจตคติทั้งทางบวกและทางลบ บนความคาดหวังต่อการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐ

**วิธีการประเมินผล:** แบบสำรวจความพึงพอใจการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย: ผู้รับบริการจากหน่วยงานภาครัฐ ไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ตัวอย่าง

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** หน่วยงานหลัก: สคบ.

หน่วยงานสนับสนุน: ทุกหน่วยงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

#### ๓. ร้อยละการรับรู้ข้อมูล/ข่าวสาร/องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ค่าเป้าหมาย:

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๓	ร้อยละ ๗๖

**คำอธิบาย:** การรับรู้ข้อมูล/ข่าวสาร/องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้ยิน ได้เข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางการเผยแพร่หรือกิจกรรมต่าง ๆ

**วิธีการประเมินผล:** แบบสำรวจการรับรู้ข้อมูล/ข่าวสาร/องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีกลุ่มเป้าหมาย: ประชาชนทั่วไป เน้นที่กลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางสังคม/กลุ่มผู้เสียเปรียบทางสังคม ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และช่วงอายุที่กำหนด ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ ตัวอย่าง

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** หน่วยงานหลัก: สคบ.

หน่วยงานสนับสนุน: ทุกหน่วยงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

#### แนวทางการดำเนินการ:

มอบหมายให้คณะทำงานขับเคลื่อนและทบทวนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ประจำปียุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นผู้รับผิดชอบในการศึกษา วิเคราะห์ จัดทำ ข้อคำถาม วิธีการสำรวจและกระจายแบบสอบถาม รวมถึงสรุปและอภิปรายผล

รายละเอียดตัวชี้วัดระดับแนวทาง (กลยุทธ์)

แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๑.๑ พัฒนา ปรับปรุง แก้ไขกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคสู่ระดับมาตรฐานสากล

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข

คำอธิบายตัวชี้วัด

๑. กฎหมาย หมายถึง กฎหมายในทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง เป็นต้น ทั้งนี้ รวมถึงการกำหนดมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น มาตรฐานบังคับ มาตรฐานทั่วไป มาตรฐานสินค้าเกษตร
๒. กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข หมายถึง กฎหมายที่ดำเนินการพัฒนาตามขั้นตอน ซึ่งผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็น ได้รับความเห็นชอบจากหัวหน้าส่วนราชการ หรือมีการประกาศใช้

ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๑๐ ฉบับ	๑๐ ฉบับ	๑๐ ฉบับ

สูตรการคำนวณ - (ถ้ามี) -

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด ได้แก่ สคบ./ อย./ สบส./ สมอ./ สฟธอ./ คปภ./ กทท./ กรมวิชาการเกษตร/ กรมการขนส่งทางบก  
หน่วยงานสนับสนุน: กสทช.

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก		
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
สคบ.	๑ ฉบับ		
อย.	๑ ฉบับ		
สบส.	๑ ฉบับ		
สมอ.	๑ ฉบับ		
สฟธอ.	๑ ฉบับ		

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก		
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
คปภ.	๑ ฉบับ		
กทท.	๑ ฉบับ		
กรมวิชาการเกษตร	๑ ฉบับ		
กรมการขนส่งทางบก	๑ ฉบับ		
กระทรวงทรัพยากรฯ	๑ ฉบับ		

แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๑.๒ พัฒนามาตรการหรือแนวทางการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงกลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย (๑) ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบตามแผนปฏิบัติการของหน่วยงาน

คำอธิบาย :

๑. สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการ หมายถึง สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการทุกชนิด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของแต่ละหน่วยงาน
๒. การตรวจสอบ หมายถึง การควบคุม กำกับ ดูแล สินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการให้เป็นไปตามมาตรฐาน กฎหมาย หรือข้อบังคับ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม และปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการตามสภาพและลักษณะการใช้งาน รวมถึงการทำสัญญา และการโฆษณาสินค้าหรือบริการต่างๆ หรือสถานประกอบการ โดยพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งมีอำนาจตามกฎหมาย หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย โดยวิธีทาง เอกสาร หรือการลงพื้นที่หรือวิธีการใดวิธีการหนึ่ง
๓. จำนวนสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการ ที่ได้รับการตรวจสอบ อาจมีหน่วยนับเป็นจำนวนครั้ง/ประเภท/ผลิตภัณฑ์/เรื่อง/แห่ง/ชิ้น/ล็อต

## คำเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐

สูตรการคำนวณ : \* คำนวณจากแผนการตรวจสอบของแต่ละหน่วยงาน

จำนวนสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบจริง X ๑๐๐  
จำนวนสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบตามแผนปฏิบัติการของหน่วยงาน

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบด้วยตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด ได้แก่ สคบ./ อย./ สบส./ มกอช./ สมอ./ กสทช./ คปภ./ กทท.

ค่าน้ำหนักตัวชี้วัด

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก		
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
สคบ.	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐
อย.	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐
สบส.	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐
มกอช.	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก		
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
สมอ.	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐
กสทช.	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐
คปภ.	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐
กทท.	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย (๒) จำนวนเรื่องการแจ้งเตือนภัย

คำอธิบายตัวชี้วัด

เรื่องการแจ้งเตือนภัย หมายถึง ข้อมูลการแจ้งเตือนภัยที่เผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ เช่น ข้อมูลเตือนภัยประเด็น Hot Issue ข้อพึงระวังในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ ข้อมูลสินค้าอันตราย ข้อมูลสถานประกอบการหรือผลิตภัณฑ์ที่กระทำผิดหรือไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ข้อมูลการชี้แจงข้อเท็จจริง เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลประกอบการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ การทำสัญญา หรือ การโฆษณา ที่มีความปลอดภัย และเป็นธรรม รวมถึงเพื่อเป็นการป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคได้อย่างเท่าทันทั่วถึง

คำเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๗๐ เรื่อง	๘๔ เรื่อง	๙๘ เรื่อง

สูตรการคำนวณ - (ถ้ามี) -

ปี ๒๕๖๓ = ๗ หน่วยงาน x หน่วยงานละ ๑๐ เรื่อง

ปี ๒๕๖๔ = ๗ หน่วยงาน x หน่วยงานละ ๑๒ เรื่อง

ปี ๒๕๖๕ = ๗ หน่วยงาน x หน่วยงานละ ๑๔ เรื่อง

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบด้วยตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด ได้แก่ สคบ./ อย./ สบส./ มกอช./ คปภ./ กรมวิชาการเกษตร/ สพรอ.

หน่วยงานสนับสนุน: กสทช.

ค่าน้ำหนักตัวชี้วัด

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก		
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
สคป.	๑๐ เรื่อง	๑๒ เรื่อง	๑๔ เรื่อง
อย.	๑๐ เรื่อง	๑๒ เรื่อง	๑๔ เรื่อง
สบส.	๑๐ เรื่อง	๑๒ เรื่อง	๑๔ เรื่อง
มกอช.	๑๐ เรื่อง	๑๒ เรื่อง	๑๔ เรื่อง

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก		
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
คปภ.	๑๐ เรื่อง	๑๒ เรื่อง	๑๔ เรื่อง
กรมวิชาการเกษตร	๑๐ เรื่อง	๑๒ เรื่อง	๑๔ เรื่อง
กรมการค้าภายใน	๑๐ เรื่อง	๑๒ เรื่อง	๑๔ เรื่อง
สพธอ.	๑๐ เรื่อง	๑๒ เรื่อง	๑๔ เรื่อง

แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๑.๓ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขปัญหาค้นได้ข้อยุติ

คำอธิบายตัวชี้วัด

- เรื่องร้องเรียน หมายถึง เรื่องที่ประชาชนร้องเรียนผู้ประกอบการที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- เรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาค้นได้ข้อยุติ หมายถึง เรื่องร้องเรียนที่หน่วยงานดำเนินการในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคจนได้ข้อยุติตามอำนาจหน้าที่ ได้แก่ ๑) เจ้าหน้าที่ไกล่เกลี่ยสำเร็จจนได้ข้อยุติ ๒) ผู้มีอำนาจหรือคณะกรรมการมีมติให้ยุติเรื่อง หรือ ๓) หน่วยงานสามารถดำเนินการจัดการหรือแก้ไขปัญหาให้กับผู้ร้องเรียนได้

ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐

สูตรการคำนวณ - (ถ้ามี) -

$$\frac{\text{เรื่องร้องเรียนที่ดำเนินการจนได้ข้อยุติ}}{\text{เรื่องร้องเรียนทั้งหมด}} \times 100$$

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด ได้แก่ สคป./ อย./ สบส./ มกอช./ สมอ./ กสทช./ คปภ./ กทท./ กรมการค้าภายใน

ค่าน้ำหนักตัวชี้วัด

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก		
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
สคป.	ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐
อย.	ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐
สบส.	ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐
มกอช.	ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐
สมอ.	ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก		
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
กสทช.	ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐
คปภ.	ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐
กทท.	ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐
กรมการค้าภายใน	ร้อยละ ๕๖	ร้อยละ ๕๘	ร้อยละ ๖๐

## แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๑.๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนมาตรการ/ แนวทางการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการธุรกิจร่วมกับภาครัฐ

### คำอธิบายตัวชี้วัด

มาตรการ/ แนวทางการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการธุรกิจร่วมกับภาครัฐ หมายถึง มาตรการหรือแนวทางในการปฏิบัติร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจในการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนี้ (๑) ต้นน้ำ ได้แก่ การให้ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้ประกอบการ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบของภาครัฐ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นต้น (๒) กลางน้ำ ได้แก่ การผลักดันให้ผู้ประกอบการที่มีมาตรการหรือจรรยาบรรณในการรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หรือการส่งเสริมผู้ประกอบการที่ดี เช่น การมอบตราสัญลักษณ์ โล่รางวัล เป็นต้น และ (๓) ปลายน้ำ ได้แก่ มาตรการ/ แนวทางในการแก้ไขปัญหา หรือเยียวยาผู้บริโภคกรณีที่ถูกละเมิดสิทธิ การให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎหมาย

### คำเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๑๒ มาตรการ/ แนวทาง	๑๒ มาตรการ/ แนวทาง	๑๒ มาตรการ/ แนวทาง

### สูตรการคำนวณ - (ถ้ามี) -

ปี ๒๕๖๓ = ๑๒ หน่วยงาน x หน่วยงานละ ๑ เรื่อง

ปี ๒๕๖๔ = ๑๒ หน่วยงาน x หน่วยงานละ ๑ เรื่อง

ปี ๒๕๖๕ = ๑๒ หน่วยงาน x หน่วยงานละ ๑ เรื่อง

### รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด ได้แก่ สคบ./ อย./ สบส./ มกอช./ สฟธอ./ กสทช./ คปภ./ กทท./ กรมวิชาการเกษตร/ กรมการขนส่งทางบก/ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

### ค่าน้ำหนัก

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก
สคบ.	๑ มาตรการ/ แนวทาง
อย.	๑ มาตรการ/ แนวทาง
สบส.	๑ มาตรการ/ แนวทาง
มกอช.	๑ มาตรการ/ แนวทาง
สฟธอ.	๑ มาตรการ/ แนวทาง
กสทช.	๑ มาตรการ/ แนวทาง

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก
คปภ.	๑ มาตรการ/ แนวทาง
กทท.	๑ มาตรการ/ แนวทาง
กรมวิชาการเกษตร	๑ มาตรการ/ แนวทาง
กรมการขนส่งทางบก	๑ มาตรการ/ แนวทาง
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	๑ มาตรการ/ แนวทาง
กระทรวงทรัพยากรฯ	๑ มาตรการ/ แนวทาง

## แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๒ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๒.๑ พัฒนาระบบและเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

#### คำอธิบายตัวชี้วัด

ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ระดับความสำเร็จของการพัฒนาการเชื่อมโยงรายการบัญชีข้อมูลกับหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ประเภทข้อมูล ๖ ประเภท ได้แก่ ข้อมูลบุคคล ข้อมูลนิติบุคคล ข้อมูลร้องทุกข์ผู้บริโภค ข้อมูลอนุญาตประกอบธุรกิจ ข้อมูลเตือนภัย/ข่าวสาร/องค์ความรู้ และข้อมูลการดำเนินคดี เพื่อนำไปพัฒนาบริการภาครัฐให้กับประชาชน และเกิดข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) ในอนาคตสำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มและทิศทางของปัญหาการร้องทุกข์ในมิติต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง แม่นยำและรวดเร็ว และใช้ในการวางแผน กำกับ ติดตามการแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม

#### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕

#### เกณฑ์การประเมิน

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

สูตรการคำนวณ - (ถ้ามี) -

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

#### ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด

หน่วยงานหลัก: สคบ.

หน่วยงานสนับสนุน:

: หน่วยงานคณะทำงานฯ และมีรายการบัญชีข้อมูล จำนวน ๑๖ หน่วยงาน ได้แก่ กรมการปกครอง/ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า/ กรมการค้าภายใน/ กรมที่ดิน/ สพรอ./ กสทช./ กรมการท่องเที่ยว/ สมอ./ กรมวิชาการเกษตร/ กรมการขนส่งทางบก/ อัย./ สปน./ คปภ./ กระทรวงมหาดไทย/ สบส./ สพร./

: หน่วยงานคณะทำงานฯ และไม่มีรายการบัญชีข้อมูล จำนวน ๓ หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานสถิติแห่งชาติ/ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

: ไม่ใช่หน่วยงานคณะทำงานฯ แต่มีรายการบัญชีข้อมูล จำนวน ๙ หน่วยงาน ได้แก่ ภายใต้อำนาจหน้าที่ของหน่วยงานฯ ๑๖ หน่วยงาน รพท./ กระทรวงยุติธรรม/ ก.พ.ร./ ปปง./ กรมโยธาธิการและผังเมือง/ กรมบังคับคดี/ สำนักงานอัยการสูงสุด/ สำนักงานศาลยุติธรรม/ แพทยสภา

## แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๒.๒ ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนนวัตกรรมสารสนเทศเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

### คำอธิบายตัวชี้วัด

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 นวัตกรรมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการบริหารจัดการผ่านทุกช่องทางอย่างทันท่วงที นวัตกรรมการให้บริการด้วยปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น

๒. การให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง การนำนวัตกรรมที่ได้มีการพัฒนา มาให้บริการกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้จริง จนเกิดเป็นรูปธรรม และนำไปต่อยอดเพื่อการพัฒนาปรับปรุงงานในอนาคตด้วย

ทั้งนี้ นวัตกรรมสารสนเทศเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค อาจเป็นนวัตกรรมที่เกิดจากการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การพัฒนานวัตกรรมด้าน chatbot ร่วมกันให้สามารถตอบคำถามเบื้องต้นได้ในทุกภารกิจงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค, การพัฒนานวัตกรรมการเฝ้าระวัง แจ้งเตือนภัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ, การพัฒนานวัตกรรมการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดเป็นนโยบายหรือแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้บริหารต่อไป เป็นต้น

### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๘ นวัตกรรม	๘ นวัตกรรม	๘ นวัตกรรม

สูตรการคำนวณ - (ถ้ามี) -

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด ได้แก่ สคบ./ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า/ สพรอ./ อย./ สบส./ กรมการขนส่งทางบก/ คปภ./ กสทช.

### ค่าน้ำหนักตัวชี้วัด

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก
สคบ.	๑ นวัตกรรม
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	๑ นวัตกรรม
สพรอ.	๑ นวัตกรรม
อย.	๑ นวัตกรรม

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก
กรมการขนส่งทางบก	๑ นวัตกรรม
สบส.	๑ นวัตกรรม
คปภ.	๑ นวัตกรรม
กสทช.	๑ นวัตกรรม

แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๓ การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๓.๑ สร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย จำนวนองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

#### คำอธิบายตัวชี้วัด

๑. องค์ความรู้ หมายถึง ความรู้ซึ่งได้มาจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ แล้วนำมาบูรณาการเข้าเป็นความรู้ในระดับที่สูงขึ้น เป็นสิ่งที่สร้าง ผลิต และพัฒนาได้ เผยแพร่ ถ่ายทอด และนำมาใช้ประโยชน์ได้

๒. องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ บทความ งานวิจัย คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิก ไฟล์เสียง ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หรือความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าหรือบริการให้ได้รับความปลอดภัย หรือความเป็นธรรม หรือเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภค เป็นต้น

#### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๖๕ เรื่อง	๖๕ เรื่อง	๖๕ เรื่อง

สูตรการคำนวณ - (ถ้ามี) -

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด ได้แก่ สคบ./ กสทช./ สฟทอ./ กทท./ กศน./ สป.อว./ อย./ คปภ./ สมอ./ สบส./ มกอช./ กรมวิชาการเกษตร/ กรมการค้าภายใน

#### ค่าน้ำหนักตัวชี้วัด

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก
สคบ.	๕ เรื่อง
สบส.	๕ เรื่อง
มกอช.	๕ เรื่อง
กรมวิชาการเกษตร	๕ เรื่อง
กรมการค้าภายใน	๕ เรื่อง
สมอ.	๕ เรื่อง
คปภ.	๕ เรื่อง

หน่วยงาน	ค่าน้ำหนัก
กสทช.	๕ เรื่อง
สฟทอ.	๕ เรื่อง
กทท.	๕ เรื่อง
กศน.	๕ เรื่อง
สป.อว.	๕ เรื่อง
อย.	๕ เรื่อง



แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๓.๒ สื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย  
ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าถึงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

คำอธิบายตัวชี้วัด

- วัดจากการเผยแพร่ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ สู่ประชาชน ดังนี้
  - ◆ สื่อสิ่งพิมพ์
  - ◆ สื่ออินเทอร์เน็ต
  - ◆ สื่อวิทยุ
  - ◆ สื่อโทรทัศน์
  - ◆ โครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ
  - ◆ อื่น ๆ
- ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานที่มีการเผยแพร่ให้ความรู้ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้ใช้บัตรเครดิต และกลุ่มเกษตรกร เป็นต้น

ค่าเป้าหมาย:

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๘๐

สูตรการคำนวณ – (ถ้ามี) –

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

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) – (ถ้ามี) –

ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด อย./ สบส./ มกอช./ สฟธอ. /คปภ./ กรมวิชาการเกษตร/ กรมการค้าภายใน/ กรมประชาสัมพันธ์/ สคบ.  
หน่วยงานสนับสนุน : กสทช.

ค่าน้ำหนักตัวชี้วัด หน่วยงานที่รับผิดชอบ รับผิดชอบตามค่าเป้าหมายในแต่ละปีงบประมาณ

## แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๔ การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๔.๑ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา

### คำอธิบายตัวชี้วัด

๑. เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง องค์กรภาครัฐ หรือองค์กรภาคเอกชนที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล หรือ องค์กรภาคประชาสังคม เครือข่ายภาคประชาชน หรือประชาชนที่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ชมรม หรือที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่น ซึ่งมีรูปแบบโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน จัดตั้งขึ้นเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ว่าด้านใดก็ตาม โดยไม่แสวงหากำไร และมีกิจกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การรับเรื่องราวร้องทุกข์ การให้คำปรึกษา การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค การเป็นแนวร่วมในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมผู้ประกอบการ การสะท้อนปัญหาความคิดเห็นเสนอแนะต่างๆ เป็นต้น

๒. การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง

- ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ ด้านกฎหมาย ระเบียบวิธีปฏิบัติ ข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ปัญหาให้กับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมและพัฒนาทักษะ ด้านการเฝ้าระวัง ป้องกัน การติดตาม การตรวจสอบ การสื่อสารการรับเรื่องร้องเรียน การเจรจาไกล่เกลี่ย การช่วยเหลือและเยียวยาความเสียหายให้กับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค
- การส่งเสริมและพัฒนาทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรมในการคุ้มครองผู้บริโภคให้กับเครือข่ายผู้ประกอบการ และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค
- การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเฉพาะด้านที่ตรงตามความต้องการ และความจำเป็นให้กับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม องค์กร หรือพื้นที่ เช่น ศักยภาพด้านภาษา การบริหารจัดการกลุ่มและเครือข่าย การเก็บและรวบรวมข้อมูลทักษะด้านการเป็นวิทยากร เป็นต้น
- การส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่ม องค์กร และเครือข่ายผู้บริโภคในส่วนกลาง ภูมิภาคและท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในทุกระดับ
- การพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ที่รวบรวมเนื้อหาความรู้ ทักษะและประสบการณ์การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค สำหรับให้เจ้าหน้าที่รัฐ องค์กรของผู้บริโภค เครือข่าย ผู้ประกอบการ และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๕๕	ร้อยละ ๖๐

สูตรการคำนวณ – (ถ้ามี) –

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

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) – (ถ้ามี) –

หน่วยงานที่รับผิดชอบ อย./ สบส./ สมอ./ กสทช./ คปภ./ กรมการค้าภายใน/ กระทรวงทรัพยากรฯ/ สคบ.

ค่าน้ำหนักตัวชี้วัด \*คิดจากฐานเครือข่ายของหน่วยงานที่รับผิดชอบ

## แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๔.๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

### คำอธิบายตัวชี้วัด

๑. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ หมายถึง องค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

๒. การพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่

๒.๑ ระเบียบ หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ที่ผ่านกระบวนการทางวิชาการและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีการพัฒนาหลักเกณฑ์ให้ครอบคลุมทุกภารกิจงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๒.๒ กระบวนการรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การรับสมัคร การตรวจสอบคุณสมบัติ การตรวจประเมิน การรับรองคุณภาพฯ การเพิกถอนการรับรองคุณภาพฯ เป็นต้น

๒.๓ เครื่องมืออำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการการรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การจัดทำฐานข้อมูล การจัดทำระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อบริหารจัดการ เป็นต้น

### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
๓	๔	๕

### เกณฑ์การประเมิน

ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕
รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำร่าง หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	รับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อร่างหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค	จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับมาตรฐาน	จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ระดับดีเด่น	จัดทำหลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับยอดเยี่ยม

สูตรการคำนวณ - (ถ้ามี) -

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

หน่วยงานที่รับผิดชอบ หน่วยงานหลัก: สคบ. (กผป.)

หน่วยงานสนับสนุน สปน. อย. สบส. กสทช. คปภ. สมอ.

## แนวทางการดำเนินการที่ (ยุทธศาสตร์) ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๕.๑ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ (Big Projects)

#### ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จการขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ (Big Projects)

##### คำอธิบายตัวชี้วัด

การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคคือการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการป้องกันกำกับดูแลแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับมหภาคให้เกิดประสิทธิภาพอย่างเป็นรูปธรรมโดยจะต้องมีการศึกษารวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักวิชาการพร้อมทั้งมีแผนปฏิบัติการและผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน

##### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕

##### เกณฑ์การประเมิน

ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕
รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลเชิงบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	รับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อแนวทางในการบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	จัดทำแผนปฏิบัติการเชิงบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการเชิงบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ติดตามและประเมินผล การดำเนินงานแผนปฏิบัติการเชิงบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

สูตรการคำนวณ - (ถ้ามี) -

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

หน่วยงานที่รับผิดชอบ หน่วยงานหลัก: สคบ.

หน่วยงานสนับสนุน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ (Big Projects) ในแต่ละปีงบประมาณ

### แนวทางย่อยที่ (กลยุทธ์) ๕.๒ การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

#### ตัวชี้วัดแนวทางย่อย ระดับความสำเร็จการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

##### คำอธิบายตัวชี้วัด

วัดจากร้อยละค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดระดับแผนภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ทั้ง ๓ ตัวชี้วัด

##### ค่าเป้าหมาย

๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕
ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕

##### เกณฑ์การประเมิน

ระดับ ๑	ระดับ ๒	ระดับ ๓	ระดับ ๔	ระดับ ๕
ร้อยละ ๖๔	ร้อยละ ๖๗	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๓	ร้อยละ ๗๖

สูตรการคำนวณ - (ถ้ามี) -

รายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน (ข้อมูลพื้นฐานประกอบตัวชี้วัด) - (ถ้ามี) -

หน่วยงานที่รับผิดชอบ หน่วยงานหลัก: สคบ.

หน่วยงานที่สนับสนุน หน่วยงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์