

## แผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภค

(พ.ศ. ๒๕๕๑ – ๒๕๕๕)

(Consumer Protection Strategic Master Plan 2008-2011)

	หน้า
❖ บทนำ	๒
❖ วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนแม่บท	๙
❖ การจัดทำแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภค	๑๓
❖ ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค	๑๖ – ๒๒
❖ การแปลงแผนยุทธศาสตร์ให้เป็นแผนปฏิบัติงาน	๒๓
❖ แผนงานการคุ้มครองผู้บริโภค	๒๕ – ๓๔
❖ ผนวก ๓๙ – ๔๕	



## บทนำ

แผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภค (พ.ศ. ๒๕๕๑ – ๒๕๕๔) คือ ทิศทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคใน ๔ ปีข้างหน้า

แผนหลัก ปี ๒๕๕๑ – ๒๕๕๔ ได้จัดทำขึ้นโดยพิจารณาถึง

- ❖ การทบทวนผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมา
- ❖ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- ❖ นโยบายของรัฐบาล
- ❖ แผนบริหารราชการแผ่นดิน
- ❖ ข้อเสนอแนะจากองค์กรภาครัฐ ภาคประชาสังคม ภาคีเครือข่าย

การคุ้มครองผู้บริโภค <sup>๑</sup>

แผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภค (พ.ศ. ๒๕๕๑ – ๒๕๕๔) ได้ยึดถือแนวพระราชดำริโดยเฉพาปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภค และมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ. ๒๕๕๐– ๒๕๕๔)

ในช่วงเวลา ๒๘ ปีที่ดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ – ๒๕๕๔ จัดทำขึ้นเพื่อสานต่อเจตนารมณ์ให้การดำเนินการกิจของการคุ้มครองผู้บริโภค ประสบความสำเร็จต่อเนื่องและตลอดไป

ความสำเร็จของการคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคตจะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคีเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคที่จะสนับสนุนการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระบบให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล และสอดคล้องกับสถานการณ์ทางสังคมเพื่อให้ “คนไทยมีความมั่นคงทางชีวิตและสังคม”

<sup>๑</sup> ได้จัดประชุมสัมมนาเพื่อพิจารณาร่างแผนแม่บทเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔ เมื่อวันที่ ๖ สิงหาคม ๒๕๕๐ ที่โรงแรมปรีชาพาเลซ กรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (FOCUS GROUP) ประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐ ภาคประชาสังคม สถาบันการศึกษา นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ สื่อมวลชน องค์กรและเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค



## นโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

นโยบายของรัฐบาลและของประธานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค(ฯพณฯ คุณหญิงทิพาวดี เมฆสวรรค์ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี สั่งและปฏิบัติราชการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)ได้ถูกนำมาเป็นกรอบในการบริหารงานของสำนักงานฯ ดังนี้

❖ บริหารงานโดยให้ความสำคัญในด้านคุณธรรม จริยธรรม วัฒนธรรม การเรียนรู้ใหม่ และการบริหารที่เน้นธรรมาภิบาล คือ เป็นธรรม/โปร่งใส/ประหยัด/ประสิทธิภาพ โดยจะเร่งรัดการพัฒนาระบบบริหารภายใต้ฐานของระบบคุณธรรมและจริยธรรม

และได้กำหนดนโยบายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค คือ

*“ ส่งเสริมบทบาทของเอกชนและภาคประชาชนให้มีบทบาทควบคู่กับองค์กรภาครัฐในการพัฒนาศักยภาพของประชาสังคมและชุมชนท้องถิ่น เพื่อก่อให้เกิดการรวมกลุ่มที่มีความเข้มแข็งสามารถพิทักษ์ปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ของตนและสังคมไทย ”*

## ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐(พ.ศ.๒๕๕๐- ๒๕๕๔)<sup>๑</sup>

กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ๕ ประเด็นยุทธศาสตร์ สำหรับยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการคุ้มครองผู้บริโภคคือยุทธศาสตร์ที่ ๑ ซึ่งได้แก่

ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้

❖ การเสริมสร้างสุขภาพคนไทยให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ และอยู่ในสภาพแวดล้อมน่าอยู่

<sup>๑</sup> รายละเอียดและสาระสำคัญของยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ เสนอในภาคผนวก



## รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

ร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ ซึ่งผ่านความเห็นชอบของสภานิติบัญญัติแห่งชาติและจะมีการลงประชามติในวันที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๐ ได้บัญญัติเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา ๖๑ โดยมีรายละเอียดตลอดจนหลักการและเหตุผล ดังนี้

ร่างรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช ๒๕๕๐	หลักการและเหตุผล
<p>มาตรา ๖๑ สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่เป็นความจริงและมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค</p> <p>ให้มีองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริโภคทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตราและการบังคับใช้กฎหมาย และกฎ ให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งตรวจสอบ และรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>เพื่อการคุ้มครองให้กับผู้บริโภคให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น สิทธิในการได้รับข้อมูลที่เป็นความจริง สิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบนพื้นฐานของข้อมูลที่ถูกต้องและมีช่องทางในการเรียกร้องเพื่อให้ได้รับการเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งกำหนดให้มีองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคแยกต่างหากจากการดำเนินการของรัฐ เพื่อทำหน้าที่ให้ความเห็นและเสนอแนะต่อการดำเนินงานของรัฐ และการตรวจสอบการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค</p>

### พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑<sup>๑</sup>

ได้บัญญัติกำหนดสิทธิของผู้บริโภคในมาตรา ๔ ดังนี้

มาตรา ๔ ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

- (๑) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- (๒) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- (๓) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ
  - (๓ ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา<sup>๑</sup>
- (๔) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย



## อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปตามมาตรา ๑๐ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งบัญญัติว่า

- (๑) พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ต่อไป
  - (๒) ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคตามมาตรา ๓๖
  - (๓) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในกรณีนี้อาจระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้
  - (๔) ให้คำปรึกษาและแนะนำแก่คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และพิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง
  - (๕) วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และคณะอนุกรรมการ
  - (๖) สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ให้ปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค
  - (๗) ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควร หรือมีผู้ร้องขอตามมาตรา ๓๙
  - (๘) รับรองสมาคมตามมาตรา ๔๐
  - (๙) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค และพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย
  - (๑๐) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดไว้ให้เป็นอำนาจของคณะกรรมการ
- ในการปฏิบัติหน้าที่นี้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ปฏิบัติหรือเตรียมข้อเสนอมายังคณะกรรมการเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไปได้



## อำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

อำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปตามพระราชบัญญัติ ๒ ฉบับ ได้แก่

### ๑. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ โดยมาตรา ๒๐ บัญญัติว่า

- (๑) รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาดำเนินการต่อไป
- (๒) ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใด ๆ ตามที่เห็นสมควร และจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค
- (๓) สนับสนุนหรือทำการศึกษาและวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น เพื่อที่จะได้ดำเนินการช่วยเหลือผู้บริโภคได้ตรงกับปัญหาและความต้องการ
- (๔) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ
- (๕) ดำเนินการเผยแพร่วิชาการและให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมพลานามัย ประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด
- (๖) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริมหรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค
- (๗) ปฏิบัติการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการ หรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมาย

### ๒. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕

โดยมีบทบัญญัติในส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ๑) รับผิดชอบในงานธุรการของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง (มาตรา ๘ วรรคสอง)
- ๒) มีหน้าที่รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง(มาตรา ๓๘)
- ๓) ติดตามสอดส่องพฤติการณ์ในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงและปฏิบัติงานให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ (มาตรา ๔๐,๔๑,๔๒)

จากนโยบายของรัฐบาลฯ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และกฎหมายแม่บทที่ให้อำนาจตลอดจนผลการดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมา ได้นำมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ ตลอดจนเป้าประสงค์และ กลยุทธ์<sup>๑</sup> ที่สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

<sup>๑</sup> ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๐ เสนอในภาคผนวก



## วิสัยทัศน์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

“สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานกลางในการดำเนินการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดกับผู้บริโภคอย่างโปร่งใสเป็นธรรม”

### พันธกิจ

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

### ยุทธศาสตร์ : ประเด็นยุทธศาสตร์ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ตามแผนปฏิบัติราชการ ๔ ปี (๒๕๔๘-๒๕๕๑)	ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๐
๑. ปรับปรุงกฎหมายด้านคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันสมัย	๑. ปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันสมัย
๒. พัฒนาระบบบริหารจัดการที่ดี	๒. พัฒนาระบบบริหารจัดการที่ดี
๓. การทำงานโปร่งใสและตรวจสอบได้	๓. การทำงานโปร่งใสและตรวจสอบได้
๔. สร้างผู้ประกอบการธุรกิจให้มีจริยธรรม	๔. ส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจให้มีจริยธรรม
๕. สร้างประชาชนเป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็ง	๕. ส่งเสริมสนับสนุนประชาชนให้เป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็ง



ได้กำหนดเป็นเป้าประสงค์และกลยุทธ์เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคในปี พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔ ไว้ดังนี้

### **เป้าประสงค์<sup>๑</sup>**

๑. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและทันสมัย
๒. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถทันต่อเหตุการณ์
๓. ประชาชนพอใจต่อการให้บริการที่มีคุณภาพมาตรฐานการทำงานเพิ่มขึ้น
๔. เสริมสร้างความเข้มแข็งในการสร้างราชการใสสะอาด
๕. ผู้ประกอบธุรกิจมีจริยธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในการโฆษณา การทำสัญญา การผลิต และจำหน่ายสินค้าหรือบริการ
๖. ประชาชน นิสิต นักศึกษา และเยาวชน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ และร่วมกันจัดตั้ง ชมรม สมาคม เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค
๗. เครือข่ายภาคประชาชนและภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค
๘. กลไกการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ <sup>๒</sup>

### **กลยุทธ์<sup>๑</sup>**

๑. พัฒนากฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์
๒. พัฒนาบุคลากรด้านกฎหมายให้มีความรู้ความสามารถทันต่อการเปลี่ยนแปลง
๓. พัฒนาคุณภาพการทำงาน
๔. จัดรูปแบบการบริการให้ทันสมัย
๕. บูรณาการการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
๖. พัฒนาขีดสมรรถนะของบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง
๗. ปรับปรุงระบบสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย
๘. สร้างและพัฒนามาตรฐานคุณภาพและจริยธรรมของหน่วยงาน
๙. ประกาศเกียรติคุณผู้ประกอบการที่มีคุณธรรมจริยธรรม
๑๐. ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบธุรกิจประกอบธุรกิจโดยไม่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค
๑๑. สร้างและพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภคให้ประชาชนทุกระดับสามารถเข้าถึง
๑๒. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ให้ประชาชนและเยาวชน
๑๓. สนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายภาคประชาชนและภาคเอกชน
๑๔. ส่งเสริมให้กลุ่มชมรมและสมาคมจัดกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

<sup>๑</sup> เป้าประสงค์และกลยุทธ์เป็นไปตามกรอบของคำรับรองการปฏิบัติราชการ สคบ. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๐

<sup>๒</sup> เพิ่มเติมเป้าประสงค์ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคครั้งที่ ๕/๒๕๕๐ เมื่อวันที่ ๙ สิงหาคม ๒๕๕๐





## วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนแม่บท พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔

### ๑. หลักการและเหตุผล

ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานรับผิดชอบด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งการดำเนินการเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์จึงต้องมีการจัดทำแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเป็นกรอบและทิศทางในการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ๔ ยุทธศาสตร์ ซึ่งจะเป็นทิศทางหลักในการพัฒนาระบบด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวม ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ยุทธศาสตร์การพัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ยุทธศาสตร์การพัฒนองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค

การจัดทำแผนแม่บทเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยราชการ องค์กรภาคเอกชน ภาคีเครือข่าย และผู้เกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนของสังคม เพื่อให้ได้ข้อมูลความเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำร่างแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคตามยุทธศาสตร์ข้างต้น พร้อมทั้งมีการศึกษาเพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางที่ผู้เกี่ยวข้องได้เสนอแนะข้อคิดเห็น เพื่อให้แผนแม่บทตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีความสมบูรณ์ สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนผู้เกี่ยวข้องและนโยบายของรัฐบาลซึ่งจะช่วยเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ เป็นไปตามหลักมาตรฐานสากลและเป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายจัดตั้ง ตลอดจนบรรลุเป้าหมายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ ต่อไป

### ๒. กรอบแนวคิดการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

การแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมา เน้นการควบคุมปัญหาและลดความรุนแรงของปัญหา เพื่อให้ปัญหาดลดลง ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตโดยปกติของประชาชนผู้บริโภค

ดังนั้น เพื่อให้ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคของทุกหน่วยงานเกิดความต่อเนื่องและมีทิศทางเดียวกัน จึงได้กำหนดกรอบความคิดในการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

๑. การแก้ไขปัญหาในเชิงคุณภาพ ในลักษณะและกลุ่มเป้าหมายที่มีปัญหาต่อเนื่อง ซ้ำซาก
๒. การรักษาและควบคุมสภาวะการณ์ที่แก้ไขปัญหาด้านการบริโภคได้แล้ว มิให้เกิดขึ้นได้อีก
๓. การสร้างความยั่งยืนในการแก้ไขปัญหา โดยผนวกและบูรณาการการแก้ไขปัญหาการบริโภคนกับการแก้ไขปัญหาพื้นฐาน
๔. การสร้างให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคมีความตระหนักในฐานะเป็นเจ้าของปัญหา



### ๓. ประเด็นแนวคิดทางนโยบายและแผนยุทธศาสตร์

ในการพิจารณาจัดทำแผนแม่บทเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคได้พิจารณาโดยมีกรอบประเด็นแนวคิด ดังนี้

#### ๓.๑ ประเด็นแนวคิด “นโยบาย”การคุ้มครองผู้บริโภค

แนวคิดทางด้านนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคมีหลักการใหญ่ ๒ หลักการ คือ

##### ๑) ระบบการบริหาร

เน้นการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกภาคส่วน มีกระบวนการป้องกันและจัดการต่อการประกอบธุรกิจที่ไม่สุจริต โดยดำเนินการถูกต้องทั้งกฎหมายและจริยธรรมและมีการดำเนินการที่เป็นธรรมภาคีทุกขั้นตอน ทุกภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสาธารณชนสามารถเข้าร่วมรับรู้ข้อเท็จจริงและมีส่วนร่วมป้องกันผลกระทบที่จะมีต่อผู้บริโภคทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

##### ๒) ระบบสังคม

ได้รับการปลูกฝังให้มีจิตสำนึกสาธารณะ มีความเข้าใจ และมีความรับผิดชอบ ต่อผลประโยชน์ต่อผลประโยชน์ส่วนบุคคลและผลประโยชน์ส่วนรวม และร่วมป้องกันการกระทำใด ๆ ที่มุ่งประโยชน์ส่วนตนโดยไม่คำนึงผลเสียที่จะเกิดแก่ส่วนรวม โดยต้องมีปลูกฝังค่านิยมทั้งในกระบวนการศึกษา การอบรมในครัวเรือน ตลอดจนพัฒนาบุคลากรหลักที่เกี่ยวข้องทั้งของภาครัฐและเอกชน ให้สามารถทำงานร่วมกับภาคีประชาชนอย่างแท้จริง

#### ๓.๒ ประเด็นแนวคิดยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

- ๑) เสริมสร้างระบบตรวจสอบด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีมาตรฐานสากล
- ๒) กำหนดแนวทางการตรวจสอบผู้ประกอบการที่มีพฤติการณ์จะสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้บริโภค
- ๓) เน้นการส่งเสริมจริยธรรมและจิตสาธารณะด้านการใช้สิทธิเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค และมีบทลงโทษทางสังคมกับผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต
- ๔) ดำเนินการป้องปรามอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการป้องกันแก้ไขที่ต้นเหตุ ตลอดจนพัฒนาองค์ความรู้และจิตสำนึกประชาชนให้รู้เท่าทัน สามารถหลีกเลี่ยงการใช้สินค้าและบริการที่ไม่มีความปลอดภัย
- ๕) ส่งเสริมการศึกษา วิจัย แนวทางการบริหารจัดการ ที่ทำให้ประชาชนตระหนักถึงภัยจากการใช้สินค้าและบริการที่ไม่มีความปลอดภัยที่มีผลกระทบต่อเนื้อ และชี้แนะแนวทางป้องปรามการกระทำที่ไม่สุจริตของผู้ประกอบการ โดยมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคีทุกฝ่าย



### ๓.๓ ประเด็นแนวคิด “ กลไกขับเคลื่อน ” ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

- ๑) ส่งเสริมให้สาธารณะมีกลไกต่อต้านผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต โดยให้ทุกภาคส่วน มีสิทธิเข้าถึงข้อมูล ตลอดจนมีส่วนร่วม
- ๒) เร่งเสริมสร้างเครือข่ายของหน่วยงานการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีวิสัยทัศน์และ พันธกิจร่วมกันอย่างเป็นเอกภาพ
- ๓) พัฒนากฎหมายและนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพในการป้องปราม และจัดการกับผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต

### ๓.๔ ประเด็นแนวคิด “ ทิศทาง ” สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

- ๑) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นแกนประสานทั้งภาครัฐและเอกชน ในการป้องปรามการประกอบการที่ไม่สุจริตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเครือข่าย ในทุกภาคส่วนและทุกพื้นที่ตลอดจนเครือข่ายระดับสากล
- ๒) การดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานฯมีมาตรฐาน ผลงานได้รับการยอมรับ จากทุกฝ่าย
- ๓) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีความเป็นเลิศในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยไม่ถูกแทรกแซงและประชาชนมีความศรัทธาและให้การสนับสนุนร่วมมือดำเนินการ

### ๓.๕ ประเด็นแนวคิดยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

- ๑) พัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรให้มีธรรมาภิบาล
- ๒) พัฒนาระบบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็วและเป็นธรรม มีการ บูรณาการการดำเนินงานของทุกภาคี โดยเฉพาะภาคีภาครัฐภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ในการตรวจสอบผู้ประกอบการ โดยมี มาตรการสนับสนุน

### ๓.๖ ประเด็นแนวคิด “ กลไกขับเคลื่อน ” ยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค

- ๑) ปรับโครงสร้างและระบบการบริหารงานองค์กรให้สามารถเสริมสร้างและใช้สมรรถนะ ของบุคลากรได้เต็มตามศักยภาพ
- ๒) พัฒนาระบบการและกลไกการทำงานให้เป็นอิสระ ไม่ถูกแทรกแซง ตลอดจนมี มาตรฐานระดับสากล ทั้งรูปแบบ วิธีการ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสร้างแนวร่วม การดำเนินการ
- ๓) ปรับปรุงกฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการทำงาน โดยให้อำนาจสำนักงานฯในการ เข้าถึงตรวจสอบข้อมูลเพื่อแก้ปัญหาเชิงนโยบาย



### ๓.๗ ประเด็นข้อเสนอให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคสัมฤทธิ์ผล

การขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๕๑-๒๕๕๔ สู่การปฏิบัติและเกิดสัมฤทธิ์ผล มีข้อเสนอเพื่อพิจารณาเป็นแนวทางการดำเนินงาน ตัวอย่างดังข้อเสนอต่อไปนี้

❖ มีองค์กรเชิงประสานงานที่จะทำให้ระบบคุ้มครองผู้บริโภคสามารถทำงานประสานกันได้อย่างมีเอกภาพและมีประสิทธิภาพซึ่งควรเป็นหน้าที่หลักของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคโดยให้มีการจัดตั้งในรูปของ “ สำนักประสานราชการ ”

❖ จัดตั้ง “ สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ” เพื่อให้เป็นศูนย์กลางฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตลอดจนวิทยากรเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคที่จะเข้าไปปฏิบัติงานต่อเนื่องเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายในระดับชุมชน ทั้งนี้ จะต้องมีการผลิตบุคลากรให้มีความพอเพียงทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

❖ เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคได้มาตรฐานและเป็นไปตามหลักสากล จำเป็นต้องมีการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเห็นควรให้จัดตั้ง “ สำนักงานมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค ”

## ๔ . เป้าหมายการปฏิบัติงานในช่วง ๔ ปี (พ.ศ.๒๕๕๑-๒๕๕๔)

ได้กำหนดเป้าหมายของแผนแม่บทในระยะ ๔ ปีข้างหน้า(พ.ศ.๒๕๕๑-๒๕๕๔) ดังนี้

- ๔.๑ ประชาชนชาวไทยทุกคนได้รับหลักประกันจากความเสี่ยงภัยในการบริโภคสินค้าและบริการ
- ๔.๒ จำนวนการร้องเรียนเกี่ยวกับการบริโภคลดลงอย่างน้อยร้อยละ ๑๕ ทุกปี
- ๔.๓ คนในประเทศไทยทุกคนได้รับบริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากรัฐ  
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ธุรกิจเอกชน องค์กรมหาชน องค์กรประชาชน  
และประชาสังคมอย่างเหมาะสมและสมศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์



## การจัดทำแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔

### ๑. หลักการ

ในการดำเนินการเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องดำเนินการบนพื้นฐานของหลักการ ดังนี้

#### ๑.๑ การมีส่วนร่วมขององค์กรจากทุกภาคส่วน

แผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๕๑-๒๕๕๔ เป็นกรอบงานระดับชาติเพื่อบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคจากหน่วยงานทุกภาคส่วนให้มีทิศทางในการปฏิบัติแบบเสริมกำลังกัน (SYNERGY) โดยถือว่าทุกหน่วยงานมีความสำคัญเท่าเทียมกันในการคุ้มครองผู้บริโภคและมีสมมุติฐานว่าหน่วยงานทุกภาคส่วนนั้น ปฏิบัติงานตามแผนงานปกติของหน่วยงานนั้น ๆ ภายใต้กรอบกฎหมายและระเบียบของทางราชการปัจจุบัน

#### ๑.๒ แนวทางการปฏิบัติและการปรับปรุงแผนปฏิบัติการ

จะต้องมีการกำหนดแผนงานปกติและแผนงานภาคบังคับของแต่ละหน่วยงานที่ปฏิบัติ ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์และงบประมาณของหน่วยงานนั้น ๆ โดยระบุว่าแผนงานนั้นเป็นแผนปฏิบัติการในด้านใด ได้แก่

- (๑) ด้านการบริหารจัดการ
- (๒) ด้านกฎหมายและระเบียบ
- (๓) ด้านการควบคุมและป้องกัน
- (๔) ด้านการบรรเทาเยียวยา

### ๒. การแปลงแผนปฏิบัติการไปสู่การปฏิบัติ

การนำแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔ ไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายของแผน เป็นขั้นตอนที่สำคัญในการที่จะนำแผนไปดำเนินการ และมีการติดตามประเมินผล เพื่อสามารถบ่งชี้ถึงความสำเร็จ ความล้มเหลว และปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานตามแผน ให้บรรลุเป้าหมาย

อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญก็คือ ความล้มเหลวจะต้องเกิดจากความร่วมมือของบุคคล กลุ่มองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมอย่างแท้จริงในการนำไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ โดยมาตรการ และแนวทางปฏิบัติที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ในการนำไปปฏิบัติต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของปัจจัยแวดล้อม และสภาพพื้นที่ โดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ปัจจัยต่างๆ และกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (STAKEHOLDERS) เพื่อให้มีความเหมาะสม สอดคล้องในแต่ละภาคส่วนต่อไป



### ๓. การจัดองค์กรเพื่อดำเนินการตามแผน

เพื่อให้การบริหารจัดการและการประสานแผนคุ้มครองผู้บริโภค มีความสอดคล้องกันในระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติการ ตลอดจนมีแนวทางการดำเนินงานที่สนับสนุนซึ่งกันและกันควรจัดองค์กรอำนาจการทำหน้าที่บูรณาการและอำนาจการยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ โดยมุ่งเน้นเอกภาพและบูรณาการ ๓ ระดับ ได้แก่

#### ๑) ระดับนโยบาย(POLICY)หรือระดับประเด็นยุทธศาสตร์ภาพรวม(AGENDA)

หลักการคือให้มีคณะกรรมการระดับชาติกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ทุกด้าน รับผิดชอบการอำนาจการไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งประเมินผลการดำเนินงาน แก้ไขปัญหาอุปสรรคข้อขัดข้อง ในการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ที่กำหนด

ข้อเท็จจริงตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคมีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กำกับดูแลนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณากำหนดนโยบายเสนอความเห็นก่อน นำเสนอคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบ และสั่งการเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติ โดยมีนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธาน และมีผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการ

#### ๒) ระดับผลักดันแผน(PLANNING ADVOCACY)หรือระดับภารกิจ (FUNCTION)

หลักการคือ มีหน่วยงานรับผิดชอบดำเนินการตามภารกิจคุ้มครองผู้บริโภคโดยเน้นการบูรณาการแผน งบประมาณ และบูรณาการภายในหน่วยงาน และระหว่างหน่วยงานให้เกิดเอกภาพ และมุ่งต่อการสนับสนุนการดำเนินงานระดับปฏิบัติการ

ข้อเท็จจริงสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ทำหน้าที่ในการนำนโยบาย และข้อสั่งการในระดับนโยบายแจ้งประสานไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งติดตามความก้าวหน้าการดำเนินการวิจัยเชิงนโยบาย และนำเสนอข้อแนะนำ รวมทั้งปัญหาอุปสรรค ในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและมีการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการหรือคณะทำงาน ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานปฏิบัติการกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคทุกหน่วย เพื่อทำหน้าที่ประสานงาน และผลักดันนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

#### ๓) ระดับปฏิบัติการ (ACTION)

โดยหลักการมีหน่วยงานระดับภารกิจที่ปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกลไกหลัก รับผิดชอบเฝ้าระวัง ป้องปราม ตรวจสอบ โดยมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้รับผิดชอบบูรณาการแผน งบประมาณ และอำนาจการ กำกับ การดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค

ประกอบด้วยหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค องค์กรเอกชน รวมทั้งในส่วนภูมิภาคโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับเป็นผู้รับนโยบายจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะรัฐมนตรีไปปฏิบัติ



#### ๔. การบริหาร การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลแผน

##### ❖ การบริหารระดับชาติ

ในการดำเนินการตามแผนแม่บทคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๕๑-๒๕๕๔ ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการกำหนดแนวทางการบริหารยุทธศาสตร์ระดับชาติที่ให้ส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติ พร้อมทั้งกำกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงผลสัมฤทธิ์ในแต่ละยุทธศาสตร์ให้เกิดเป็นผลสำเร็จในภาพรวมของด้านต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนด้านการบริหารจัดการ โดยกำหนดกลไกการสร้างความร่วมมือขององค์กรเอกชน ภาคประชาสังคม ตลอดจนเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค

##### ❖ การบริหารระดับนโยบาย

เพื่อให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ กำหนดให้ส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔ ไปบรรจุไว้ในยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติราชการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานหลักในการกำกับการบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและลดการซ้ำซ้อนด้านแผนงาน/โครงการ อันจะทำให้การดำเนินยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปอย่างคุ้มค่า

นอกจากนั้น ต้องมีการกำหนดกลไกการประสานการบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้สามารถสนับสนุนให้เกิดพลังเสริมซึ่งกันและกัน (SYNERGY) ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถเชื่อมโยงไปสู่ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๔) อีกทั้งยังสนับสนุนการจัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคของชาติระยะยาวต่อไปด้วย

##### ❖ การบริหารระดับหน่วยงาน

กำหนดให้ส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค นำแผนงาน/โครงการที่ผ่านกระบวนการบริหารจัดการแบบบูรณาการ ดำเนินการพัฒนาโครงการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคระดับชาติ พร้อมทั้งกำหนดให้มีกลไกการบริหารยุทธศาสตร์ระดับหน่วยงาน ทั้งนี้ เพื่อสร้างกระบวนการด้านบูรณาการให้เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบและมีเอกภาพ ขณะเดียวกัน ก็ทำให้เกิดความเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทุกหน่วยงานสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและองค์ความรู้ เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ด้านข้อมูลอย่างกว้างขวาง เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน



## ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

ได้กำหนดข้อเสนอประเด็นยุทธศาสตร์ ๔ ยุทธศาสตร์ เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนแม่บท ประจำปี/ ๒๕๕๑-๒๕๕๔ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ยุทธศาสตร์การพัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค

ซึ่งตามประเด็นยุทธศาสตร์ข้างต้นได้กำหนดเป็นกลยุทธ์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
<p><b>ยุทธศาสตร์ที่ ๑</b> การพัฒนาระบบ บริหารจัดการ แบบบูรณาการ</p>	<p>๑. <u>เพิ่มขีดความสามารถของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค</u></p> <p>๒. <u>ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการการคุ้มครองผู้บริโภคแบบบูรณาการในทุกระดับทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรหน่วยงานอิสระที่เกี่ยวข้อง</u></p> <p>๓. <u>การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค</u></p>
<p><b>ยุทธศาสตร์ที่ ๒</b> การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพ การคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>๑. <u>ส่งเสริมการพัฒนา การเพิ่มศักยภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค</u></p> <p>๒. <u>ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค</u></p> <p>๓. <u>ส่งเสริมการทำกิจกรรมและประชาสัมพันธ์การคุ้มครองผู้บริโภค</u></p>
<p><b>ยุทธศาสตร์ที่ ๓</b> การพัฒนามาตรฐาน การคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>๑. <u>ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคทุกระดับ</u></p> <p>๒. <u>ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค</u></p> <p>๓. <u>จัดทำกลไกการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ</u></p>





<p><b>ยุทธศาสตร์ที่ ๔</b> การพัฒนาองค์กรและเครือข่าย การคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>๑. ส่งเสริมการจัดตั้งองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค ๒. ส่งเสริมสนับสนุนประชาชนให้เป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็ง</p>
---	--

สำหรับกลยุทธ์ตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคมีรายละเอียดแนวทางดำเนินการ  
ดังนี้

### ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ (ยุทธศาสตร์ที่ ๑)

#### กลยุทธ์ที่ ๑ เพิ่มขีดความสามารถของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคเพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

- สร้างและพัฒนากลไกในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ระดับชาติด้านการคุ้มครอง  
ผู้บริโภค เพื่อเป็นกลไกกำหนดนโยบาย และภาพรวมของการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค
- ปรับโครงสร้าง บทบาทและภารกิจของหน่วยงานภายในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง  
ผู้บริโภค ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามกฎหมาย แผนยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ  
สังคมแห่งชาติ ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมาตรฐาน
- พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ให้  
สอดคล้องกับแนวทางการบริหารจัดการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการ  
บริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.๒๕๕๖
- สร้างระบบการวางแผน จัดการงบประมาณ และติดตามประเมินผลของหน่วยงานตาม  
ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคติดตามและประเมินผลการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค  
อย่างต่อเนื่อง
- ศึกษา พัฒนาระบบ และเผยแพร่ ข้อมูลผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและสังคมจากการ  
ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตลอดจนพัฒนาหน่วยงานที่รับผิดชอบและดำเนินงานด้านการ  
คุ้มครองผู้บริโภค
- ปรับปรุงโครงสร้างการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกันทั้งระบบทั้งในระดับชาติและนานาชาติ
- จัดทำฐานข้อมูลรวมทั้งระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการการคุ้มครองผู้บริโภค  
เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



## **กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการการคุ้มครองผู้บริโภคแบบบูรณาการในทุกระดับทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรหน่วยงานอิสระที่เกี่ยวข้อง**

- ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นแกนกลางในการบูรณาการ เพื่อพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคทุกระดับ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคของชาติ
- ส่งเสริมความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพหุภาคีและทวิภาคีทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ ให้เกิดผลในเชิงปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง
- จัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมให้นำความรู้ทางการบริหารจัดการสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
- พัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งจัดทำฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ
- ผลิตและพัฒนาบุคลากรด้านการคุ้มครองผู้บริโภคโดยปฏิรูปโครงสร้างและระบบการจัดการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระบบ
- พัฒนาสมาคมและชมรมคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด รวมทั้งสนับสนุนการจัดตั้งชมรม และสมาคมการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับอำเภอและชุมชนให้สามารถบริหาร และพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ

## **กลยุทธ์ที่ ๓ การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค**

- จัดให้มีการศึกษา ทบทวน แก้ไขปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อมในเชิงบูรณาการอย่างต่อเนื่อง
- ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการ และสวัสดิการบุคลากรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสามารถในการออกข้อบังคับต่าง ๆ ที่ส่งเสริมสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน
- ประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีความรู้และเข้าใจในกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- แก้ไข ปรับปรุงเพิ่มเติม พระราชบัญญัติการคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นไปตามสภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และสอดคล้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของนานาชาติ
- กำหนดระเบียบ ข้อบังคับให้สมาคม ชมรม ผู้ประกอบการเข้ารับการจดทะเบียนการคุ้มครองผู้บริโภค
- กำหนดกฎหมายคุ้มครองและให้สิทธิประโยชน์แก่ บุคลากร องค์กร ที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการเพื่อสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภค



## ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการคุ้มครองผู้บริโภค (ยุทธศาสตร์ที่ ๒)

### กลยุทธ์ที่ ๑ ส่งเสริมการพัฒนา การเพิ่มศักยภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค

- ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานหลักในการวางแผนพัฒนา ศักยภาพการคุ้มครองผู้บริโภคภายในประเทศแบบบูรณาการ
- ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานหลักของประเทศในการกำกับดูแล ควบคุม และส่งเสริมการพัฒนางานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- พัฒนาสมรรถนะและศักยภาพในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแนวคิดริเริ่ม ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับ
- ส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการ คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรภาคีต่าง ๆ
- ส่งเสริมการศึกษาเพื่อพัฒนาโครงสร้างระบบการจัดการการคุ้มครองผู้บริโภค
- ประสานงานกับหน่วยงานทางการศึกษาเพื่อบรรจุความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ใน หลักสูตรการศึกษาทุกระดับ
- จัดทำตัวชี้วัดมาตรฐานที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนด้วย ระบบการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมให้ผู้บริโภคตระหนักและเข้าใจถึงสิทธิ รักษาสิทธิตลอดจนวิธีดำเนินการเมื่อถูกละเมิด สิทธิโดยมาตรการทางสังคมและมาตรการทางกฎหมาย

### กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

- ส่งเสริม และพัฒนาบุคลากรทางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกองค์กรที่เกี่ยวข้อง
- พัฒนาทักษะและขีดความสามารถของบุคลากรด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถปฏิบัติ ภารกิจตามยุทธศาสตร์ฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมาตรฐาน
- ประสานงานกับหน่วยงานทางการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร รูปแบบการเรียน การสอน รวมทั้งความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและนำความรู้มาประยุกต์ เพื่อการส่งเสริม การคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นทิศทางเดียวกัน
- ส่งเสริม สนับสนุนความมีส่วนร่วมของบุคลากร องค์กรการคุ้มครองผู้บริโภคทุกกลุ่มในการ บริหารจัดการการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจกรรมต่าง ๆ
- สร้างเกณฑ์ที่พึงประสงค์ของการคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับการพัฒนาบุคลากร
- ส่งเสริมผู้ผลิตที่มีคุณธรรมและรับผิดชอบต่อการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้ มาตรฐาน



### **กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมการทำกิจกรรมและประชาสัมพันธ์การคุ้มครองผู้บริโภค**

- สนับสนุนให้เด็ก และเยาวชนในสถานศึกษาทุกระดับมีส่วนร่วมในกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งจัดกิจกรรมทั้งภายในสถาบัน ระหว่างสถาบัน จังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ
- ส่งเสริมกิจกรรมที่จะกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มสตรี ผู้ใช้แรงงาน กลุ่มผู้พิการ ฯลฯ สนใจการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมให้บุคลากรของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้ทำกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมการทำประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกต้องเหมาะสมให้กระจายไปทั่วประเทศ
- ประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ให้ประชาชนมีความรู้และเข้าใจ ในกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนผลการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการของหน่วยงานต่าง ๆ

## **ยุทธศาสตร์การพัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค (ยุทธศาสตร์ที่ ๓)**

### **กลยุทธ์ที่ ๑ ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคทุกระดับ**

- ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานหลัก ในการวางแผนจัดการพัฒนา กำหนด รับรอง ส่งเสริมสนับสนุน และผลักดันมาตรฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมสนับสนุนการจัดตั้งสถาบันทดสอบพิสูจน์สินค้าเกี่ยวกับด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมสนับสนุนการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- จัดทำตัวชี้วัดและมาตรฐานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

### **กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค**

- ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกภาคส่วนเพื่อปรับตัวให้ทันกับความก้าวหน้าในระดับนานาชาติและสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมการพัฒนาระบบการสอน รวมทั้งหลักสูตรการศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการคุ้มครองผู้บริโภค
- พัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ให้กับบุคลากรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค



- ส่งเสริมและประสานงานความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ ให้มีการแลกเปลี่ยนช่วยเหลือบุคลากร และฝึกอบรมบุคลากรระหว่างประเทศ

### กลยุทธ์ที่ ๓ จัดทำกลไกการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ

- จัดให้มีกลไกการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นไปอย่างมีมาตรฐาน และเป็นสากล
- ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการจัดทำกลไกการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ
- ส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคมีส่วนร่วมในกระบวนการกลไกการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ

## ยุทธศาสตร์การพัฒนองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค (ยุทธศาสตร์ที่ ๔)

### กลยุทธ์ที่ ๑ ส่งเสริมการจัดตั้งและเสริมสร้างองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค

- ส่งเสริม และสนับสนุนให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างกว้างขวางครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ
- ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดตั้งองค์กรผู้บริโภคและสร้างเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ
- สนับสนุนและอำนวยความสะดวกทางด้านกฎหมาย ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และสิทธิประโยชน์แก่ภาคประชาชนที่ทำหน้าที่บริหารจัดการการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และระดับนานาชาติ
- ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการการคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งการบริหารจัดการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

### กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมสนับสนุนประชาชนให้เป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็ง

- ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดเงินงบประมาณประจำปีที่จะสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยแต่ละองค์กรนั้นต้องมีแผนงาน/โครงการที่ชัดเจน
- เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคให้แก่ประชาชนและเยาวชน

## การแปลงแผนยุทธศาสตร์ให้เป็นแผนปฏิบัติงาน



ตามที่ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค เป็น ๔ ประเด็นยุทธศาสตร์  
ได้แก่

- ❖ ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ
- ❖ ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการคุ้มครองผู้บริโภค
- ❖ ยุทธศาสตร์พัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค และ
- ❖ ยุทธศาสตร์พัฒนาองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค

เพื่อให้สามารถดำเนินการตามประเด็นยุทธศาสตร์ต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ  
จึงกำหนดแผนงานหลักสำหรับดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค ๑๐ แผนงาน ดังนี้

- ๓.๑ แผนงานบูรณาการนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓.๒ แผนงานการจัดการความรู้และฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓.๓ แผนงานพัฒนาระบบกฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- ๓.๔ แผนงานศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓.๕ แผนงานพัฒนาศักยภาพและสมรรถภาพการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓.๖ แผนงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓.๗ แผนงานพัฒนารูปแบบการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- ๓.๘ แผนงานติดตามและประเมินผลการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓.๙ แผนงานพัฒนาความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสากล
- ๓.๑๐ แผนงานพัฒนาองค์การและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค



จากประเด็นยุทธศาสตร์แปลงไปสู่แผนงานหลัก สามารถเชื่อมโยงยุทธศาสตร์กับแผนงานได้ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์	แผนงานหลัก
<p><b>ยุทธศาสตร์ที่ ๑</b>                      การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ แผนงานบูรณาการนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>❖ แผนงานการจัดการความรู้และฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>❖ แผนงานพัฒนาระบบกฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค</li> </ul>
<p><b>ยุทธศาสตร์ที่ ๒</b>                      การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ แผนงานพัฒนาศักยภาพและสมรรถภาพการคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>❖ แผนงานศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>❖ แผนงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul>
<p><b>ยุทธศาสตร์ที่ ๓</b>                      การพัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ แผนงานพัฒนารูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>❖ แผนงานติดตามและประเมินผลการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul>
<p><b>ยุทธศาสตร์ที่ ๔</b>                      การพัฒนาองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ แผนงานพัฒนาความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสากล</li> <li>❖ แผนงานพัฒนาองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul>

สำหรับแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคพ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔ ตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔ ทั้ง ๑๐ แผนงาน มีรายละเอียด ดังนี้



## แผนงานบูรณาการนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์

- (๑) เพื่อพัฒนาและสนับสนุนให้เกิดการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ร่วม  
ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๒) เพื่อให้ได้ยุทธศาสตร์ นโยบาย กรอบแผนหลักในการปฏิบัติงานคุ้มครอง  
ผู้บริโภคที่สัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม นโยบายของรัฐบาล  
ตลอดจนกฎหมายแม่บทด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

### เป้าหมายและตัวชี้วัด

- (๑) มีการทบทวนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงาน

### แนวทางการดำเนินงาน

- (๑) การบริหารจัดการและจัดระบบสนับสนุนคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ  
ต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการปฏิบัติตามกฎหมาย
- (๒) ตั้งหน่วยบริหารยุทธศาสตร์ (STRATEGIC UNIT) มีการระดมความคิดจาก  
นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กรอบแผนและแผนงานหลัก  
ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถรองรับการกำหนดนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ
- (๓) จัดกระบวนการจัดทำและปรับปรุงแผนงานหลัก แผนประจำปี การขยายแนวคิด  
การทำงานสู่ภาคีเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้การปฏิบัติบรรลุวัตถุประสงค์ตามแผน  
และเป้าหมาย

## แผนงานจัดการความรู้ และฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์





(๑) เพื่อให้มีการพัฒนาระบบจัดการความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการกำหนดนโยบายสาธารณะทุกระดับ

(๒) เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลและสารสนเทศอย่างเป็นระบบ ให้เป็นศูนย์กลางข้อมูล ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งการจัดระบบเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังเครือข่ายสาธารณะ

(๓) ส่งเสริมให้เกิดศูนย์ข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าและ รวบรวมผลงานของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและใช้ในการกำหนด นโยบายและยุทธศาสตร์

### เป้าหมายและตัวชี้วัด

(๑) มีระบบเผยแพร่ สื่อสารผลการจัดการความรู้ผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ รวมถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์

(๒) มีระบบเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสนับสนุนการดำเนินการ แนวทางการดำเนินงาน

(๑) การสนับสนุนงานวิชาการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในด้านสถานการณ์ ปัญหา สาเหตุและกลไกปัญหา นโยบายและมาตรการดูแล และการติดตามประเมินผล นโยบาย

(๒) สนับสนุนการสังเคราะห์และจัดการความรู้เชิงปฏิบัติ และสื่อสารเผยแพร่ผ่าน ช่องทางสื่อในลักษณะต่างๆ

(๓) พัฒนาระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคประกอบการพิจารณาแผนงานหลัก และโครงการเป็นประจำปีอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง

(๔) จัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง โดยการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศในการคุ้มครองผู้บริโภค จัดทำฐานข้อมูลสถิติต่างๆและ ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการจัดทำวารสารวิชาการ

## แผนงานพัฒนาระบบกฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์



- (๑) เพื่อพัฒนากฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้มาตรฐานและเป็นไปตามหลักสากล
- (๒) เพื่อร่วมผลักดันให้เกิดกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เข้มแข็ง
- (๓) สนับสนุนแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิผล

### เป้าหมายและตัวชี้วัด

- (๑) มีการจัดประชุม/ สัมมนาการพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน

### แนวทางการดำเนินงาน

- (๑) ศึกษา วิเคราะห์ และจัดประชุมทางวิชาการเกี่ยวกับกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๒) นำผลที่ได้จากการศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อจัดทำร่างกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่สอดคล้องกับสภาวะการณ์ และเป็นสากล
- (๓) นำเสนอร่างกฎหมายต่อองค์กรที่มีอำนาจพิจารณาเพื่อผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติ

## แผนงานศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์



- (๑) สนับสนุนให้เกิดการวิจัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและสภาพการณ์ของสังคมไทย
- (๒) เพื่อสร้างและพัฒนาเครือข่ายวิจัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนพัฒนากระบวนการเรียนรู้เชื่อมโยงระหว่างเครือข่าย
- (๓) ส่งเสริม สนับสนุน ให้เกิดการศึกษาวิจัยเพื่อหาคำตอบของปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนนำผลการวิจัยมาใช้เพื่อกำหนดนโยบายสาธารณะ
- (๔) การรวบรวมและสังเคราะห์องค์ความรู้ที่มีอยู่ สร้างงานวิชาการตามสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค

### เป้าหมายและตัวชี้วัด

- (๑) มีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยกระบวนการวิจัยเชิงนโยบาย หรือการวิจัยพื้นฐาน

### แนวทางการดำเนินงาน

- (๑) พัฒนาระบบการบริหารงานวิจัยและควบคุมคุณภาพทางวิชาการ และคัดเลือกผลงานเพื่อพัฒนาต่อยอดนำไปใช้ประโยชน์ในวงกว้าง
- (๒) สร้างระบบของการจัดการความรู้ในเครือข่ายวิจัย
- (๓) สร้างกลไกเชื่อมโยงการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย (RESEARCH UTILIZATION)
- (๔) สนับสนุนทุนเพื่อการทำวิจัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

## แผนงานพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะการคุ้มครองผู้บริโภค วัตถุประสงค์

- (๑) เพื่อพัฒนาระบบการทำงานในองค์กร ให้สามารถสนองต่อภารกิจขององค์กรได้และสามารถสนับสนุนหน่วยงาน องค์การภาคีเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค



- (๒) เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่ปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคในด้านวิชาการให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผลสัมฤทธิ์ในการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๓) เพื่อผลักดันนโยบายเพิ่มประสิทธิภาพของการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๔) เพื่อพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมและบรรยากาศขององค์กรที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน

### เป้าหมายและตัวชี้วัด

- (๑) บุคลากรร้อยละ ๙๐ ได้รับการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้ความรู้และทักษะในงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

### แนวทางการดำเนินงาน

- (๑) พัฒนาระบบการและกลไกที่มีศักยภาพสูงในการสร้างและจัดการความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคโดยจัดตั้งสถาบันเพื่อการผลิตและจัดการความรู้ให้แก่บุคลากรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๒) พัฒนาระบบโครงสร้างการบริหารงานบุคคล เช่น การพัฒนาโครงสร้างอัตรากำลังระบบการประเมินผล กระบวนการสรรหาคัดเลือก และการพัฒนาระบบการทำงาน
- (๓) พัฒนาศักยภาพการทำงาน เช่น การทำงานพัฒนาบุคลากรตามสมรรถนะหลักขององค์กร การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในตำแหน่งต่าง ๆ การส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง
- (๔) พัฒนาสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีในการทำงาน การพัฒนาระบบการสื่อสาร การพัฒนาวัฒนธรรมในองค์กร

## แผนงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์

- (๑) เพื่อรวบรวมข้อมูลข่าวสารและองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาประมวลและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์



(๒) เพื่อให้บริการวิชาการและสนับสนุนวิชาการด้านการจัดการความรู้และฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริโภค

(๓) เพื่อให้มีการเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคขยายไปในวงกว้าง

(๔) เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

### เป้าหมายและตัวชี้วัด

(๑) มีการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้งต่อปี

### แนวทางการดำเนินงาน

(๑) การพัฒนาและสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

(๒) การพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศและข้อมูลทางวิชาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

(๓) การนำข้อมูลจากฐานข้อมูลสถิติต่างๆและฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลอดจนการจัดทำวารสารวิชาการ

## แผนงานพัฒนารูปแบบการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์

(๑) เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้องค์ความรู้นำไปสู่การผลักดันให้เกิดนโยบายระดับชาติด้านการบริโภค



(๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพจากฐานกฎหมายแม่บท ฐานวิชาการและสภาวะการณ์ของสังคมไทย รวมถึงการตั้งหน่วยงานปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภค และกองทุนเพื่อพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค

(๓) เพื่อให้มีกลไกการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ เป้าหมายและตัวชี้วัด

(๑) คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม ในลักษณะของหน่วยงานเชิงรุก

(๒) มีกลไกการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ

### แนวทางการดำเนินงาน

(๑) มีการศึกษาเพื่อให้เกิดรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

(๒) ส่งเสริมสนับสนุนและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(๓) จัดตั้งสำนักงานรูปแบบพิเศษ ( SDU) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคมีภารกิจ เพื่อปฏิบัติงานเชิงรุก (PROACTIVE ACTION) โดยจัดหางบประมาณดำเนินการให้แก่ สำนักงานรูปแบบพิเศษที่ตั้งใหม่นี้

(๔) จัดระบบการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินความเสียหายและจ่ายค่าทดแทน แก่ผู้บริโภค รวมถึงการจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค

(๕) จัดตั้งหน่วยให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคทั้งของรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน

(๖) ริเริ่ม จัดตั้งสถาบันมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้การคุ้มครองสิทธิ ของผู้บริโภคเกิดผลสัมฤทธิ์

(๗) จัดให้มีกลไกการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นไป อย่างมีมาตรฐานและเป็นสากล

## แผนงานติดตามและประเมินผลการคุ้มครองผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์

(๑) เพื่อติดตามและประสานหน่วยงาน ภาคประชาสังคม องค์กรเครือข่ายที่ได้ ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคตามแผนงานหลักที่วางไว้



(๒) เพื่อนำผลที่ได้จากการติดตามประเมินผลมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาระบบการสนับสนุนการดำเนินการตามแผนงาน ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

### เป้าหมายและตัวชี้วัด

(๑) มีเกณฑ์และระบบรายงานผลตามแผนงานให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทันเวลา

### แนวทางการดำเนินงาน

(๑) จัดระบบการติดตาม ประสานงาน ประเมินผลให้มีการดำเนินการได้อย่างทั่วถึงครบถ้วนทุกแผนงาน

(๒) พัฒนาระบบและฐานข้อมูลการติดตามโครงการให้เป็นปัจจุบัน และบูรณาการกับแผนงานอื่น ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผล

(๓) พัฒนาระบบการติดตามประสานงาน ตรวจสอบ ประเมินผล เพื่อใช้ในการติดตามกำกับการทำงานตามแผนงาน โครงการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

## แผนงานพัฒนาความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสากล

### วัตถุประสงค์



(๑) เพื่อพัฒนาความร่วมมือทางข้อมูลข่าวสาร วิชาการและการประสานงานการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศกับหน่วยงาน เครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคของโลก โดยเฉพาะในแถบภูมิภาคอาเซียน

(๒) เพื่อบริหารจัดการและจัดกิจกรรมในการประสานความร่วมมือระหว่างประเทศ

### เป้าหมายและตัวชี้วัด

(๑) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงาน และองค์การที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

### แนวทางการดำเนินงาน

(๑) จัดการประชุมและเข้าร่วมประชุมทางวิชาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านหน่วยงานประสานความร่วมมือแบบบูรณาการ

(๒) สนับสนุนการสร้างเครือข่ายและศักยภาพขององค์กรเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศที่ดำเนินการในต่างประเทศ โดยมีหน่วยงานประสานการปฏิบัติดำเนินการ

## แผนงานพัฒนาองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์





- (๑) พัฒนาศักยภาพและเสริมความเข้มแข็ง องค์กรภาคีเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๒) สนับสนุนทุนให้องค์กรเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีศักยภาพ
- (๓) สนับสนุนการจัดกิจกรรมร่วมกับองค์กรเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคตลอดจนการณรงค์ประชาสัมพันธ์
- (๔) เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

### เป้าหมายและตัวชี้วัด

(๑) เกิดการขยายจำนวนและประสิทธิภาพขององค์กรและเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในจำนวนไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ โดยเฉพาะภาคีเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญได้แก่ กลุ่มสถานศึกษาเยาวชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

### แนวทางการดำเนินงาน

- (๑) มีการพัฒนากลไกและการประสานงานร่วมกันของหน่วยงานและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๒) จัดหน่วยประสานราชการเพื่อสนับสนุนสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๒) ประสานกับภาคีองค์กรเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้การดำเนินงานและบทบาทที่แตกต่างนั้นสอดประสานไปในทิศทางเดียวกัน

### งบประมาณตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

๑. งบประมาณที่คาดว่าจะใช้ตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔



สรุปงบประมาณที่คาดว่าจะใช้สำหรับแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔ ตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔ รวมทั้งสิ้น ๗๓๙.๗ ล้านบาท ดังนี้

ยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค	กลยุทธ์	แผนงาน	ร้อยละ	งบประมาณที่คาดว่าจะใช้ (ล้านบาท)				
				๒๕๕๑	๒๕๕๒	๒๕๕๓	๒๕๕๔	รวม
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ	๓	๓	๓๐.๐		๔๕	๖๐	๗๕	๑๘๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๓	๓๐.๐		๔๕	๖๐	๗๕	๑๘๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๒	๒๐.๐		๓๐	๔๐	๕๐	๑๒๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : การพัฒนาองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค	๒	๒	๒๐.๐		๓๐	๔๐	๕๐	๑๒๐
<b>รวม</b>	<b>๑๑</b>	<b>๑๐</b>	<b>๑๐๐.๐</b>	<b>๑๓๙.๗</b>	<b>๑๕๐.๐</b>	<b>๒๐๐.๐</b>	<b>๒๕๐.๐</b>	<b>๗๓๙.๗</b>

## ๒. งบประมาณตามแผนงาน

ได้กำหนดงบประมาณตามแผนงานหลักเป็นกรอบการดำเนินการในขั้นต้นไว้ ดังนี้

แผนงานหลัก	งบประมาณ (ล้านบาท)
------------	--------------------



สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค  
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

	๒๕๕๑	๒๕๕๒	๒๕๕๓	๒๕๕๔
๑. แผนงานบูรณาการนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค		๓๐	๓๕	๔๐
๒. แผนงานจัดการความรู้และฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค		๑๐	๑๕	๒๐
๓. แผนงานพัฒนาระบบกฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค		๕	๑๐	๑๕
๔. แผนงานศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค		๕	๑๐	๑๕
๕. แผนงานพัฒนาศักยภาพและสมรรถภาพการคุ้มครองผู้บริโภค		๑๕	๒๐	๒๕
๖. แผนงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการคุ้มครองฯ		๒๕	๓๐	๓๕
๗. แผนงานพัฒนารูปแบบการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค		๑๕	๒๐	๒๕
๘. แผนงานติดตามและประเมินผลการคุ้มครองผู้บริโภค		๑๕	๒๐	๒๕
๙. แผนงานพัฒนาความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสากล		๑๐	๑๕	๒๐
๑๐. แผนงานพัฒนาองค์การและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค		๒๐	๒๕	๓๐
<b>รวม</b>	<b>๑๓๙.๗</b>	<b>๑๕๐.๐</b>	<b>๒๐๐.๐</b>	<b>๒๕๐.๐</b>

สำหรับกรอบเงินงบประมาณข้างต้นอาจปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ทางการบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายของรัฐบาล และสภาวการณ์ที่ทำให้นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต้องเปลี่ยนแปลงไป ทั้งจากภายในและจากความก้าวหน้าตลอดจนนวัตกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นสากล

#### หมายเหตุ

ร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้รับความเห็นชอบในวาระแรกจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติ และผ่านการพิจารณาของกรรมาธิการพิจารณาร่างงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๑ (วาระที่สอง) แล้วเมื่อวันที่ ๗ สิงหาคม ๒๕๕๐ โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับจัดสรรงบประมาณจำนวน **๑๓๙,๗๓๒,๙๐๐ บาท**

ดังนั้น ในปี พ.ศ.๒๕๕๑ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจึงต้องดำเนินการตามแผนงานที่ได้รับอนุมัติตามยุทธศาสตร์จัดสรรงบประมาณที่กำหนดไว้แล้ว

### ๓. การบริหารจัดการงบประมาณตามแผนแม่บทคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๕๑-๒๕๕๔ ตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔



จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นในการดำเนินงานตามแผนแม่บทคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๕๑-๒๕๕๔ ตามยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๔ คาดว่าจะใช้งบประมาณทั้งสิ้น ๗๓๙.๗ ล้านบาท โดยจำแนกเป็นงบประมาณที่คาดว่าจะใช้ในปีงบประมาณ

พ.ศ.	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
๒๕๕๑	๑๓๙.๗
๒๕๕๒	๑๕๐.๐
๒๕๕๓	๒๐๐.๐
๒๕๕๔	๒๕๐.๐
รวม	๗๓๙.๗

ในปีงบประมาณพ.ศ.๒๕๕๑ ส่วนราชการได้เสนองบประมาณเพื่อขอรับการจัดสรรต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติแล้ว และได้รับจัดสรรในวงเงินงบประมาณจำนวน ๑๓๙,๗๓๒,๙๐๐ บาท

ส่วนในปีพ.ศ. ๒๕๕๒-๒๕๕๔ ได้ประมาณการการคุ้มครองผู้บริโภคที่จะดำเนินการของส่วนราชการ ซึ่งเป็นกรอบงบประมาณที่มีได้รวมงบประมาณของหน่วยงานที่ร่วมรับผิดชอบดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค

ทั้งนี้ งบประมาณเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคควรให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคทุกหน่วยบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเสนอแผนงานโครงการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การคุ้มครองผู้บริโภคระดับชาติต่อหัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อขอรับการจัดสรรงบประมาณ

นอกจากนั้น ประเทศไทยควรเพิ่มงบประมาณด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในการเพิ่มศักยภาพการกำหนดมาตรฐาน ตลอดจนการศึกษาวิจัยการคุ้มครองผู้บริโภคให้สูงขึ้นเพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคได้มาตรฐานและเป็นสากล โดยให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นแกนหลักในการตรวจสอบและเสนอความเห็นเพื่อบูรณาการก่อนเสนอไปยังสำนักงบประมาณ



## ภาคผนวก

- ❖ สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐  
(พ.ศ. ๒๕๕๐ – ๒๕๕๔)
- ❖ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์  
ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๐
- ❖ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสู่การปฏิบัติ
- ❖ การจัดทำยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค
- ❖ รายงานผลการดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค  
(พ.ศ.๒๕๕๑-๒๕๕๔)

## สรุปสาระสำคัญ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ. ๒๕๕๐ – ๒๕๕๔)



- ❖ เป็นแผนที่เกิดจากการระดมพลังความคิดและการมีส่วนร่วมของประชาชนจากทุกภาคส่วนภูมิภาคทั่วประเทศมาร่วมดำเนินการในทุกขั้นตอนอย่างกว้างขวาง และ
- ❖ เห็นพ้องร่วมกันอัญเชิญ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นแนวปฏิบัติในการบริหารและพัฒนาประเทศ
- ❖ ควบคู่ไปกับการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาอย่างจริงจัง
- ❖ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของบริบทการพัฒนาในกระแสโลกาภิวัตน์
- ❖ สามารถวางบทบาทสถานะและทิศทางการปรับตัวของประเทศได้อย่างเหมาะสม โดยมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ยุทธศาสตร์การพัฒนาของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๐ และการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล ดังนี้

### วิสัยทัศน์ประเทศไทย

#### มุ่งพัฒนาสู่

- ❖ สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (GREEN AND HAPPINESS SOCIETY)
- ❖ คนไทยมีคุณธรรมนำความรอบรู้ รู้เท่าทันโลก
- ❖ ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข
- ❖ เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม
- ❖ สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน
- ❖ อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการประเทศที่มีธรรมาภิบาล
- ❖ ดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และ
- ❖ อยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี

### พันธกิจ

- (๓) พัฒนาคนให้มีคุณภาพ คุณธรรมนำความรอบรู้อย่างเท่าทัน
- (๔) เสริมสร้างเศรษฐกิจให้มีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม
- (๕) ดำรงความหลากหลายทางชีวภาพ และสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- (๖) พัฒนาระบบบริหารจัดการประเทศให้เกิดธรรมาภิบาลภายใต้ระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

<b>รายละเอียดพันธกิจตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ</b>
---

- |   |
|---|
| (๑) <b>พัฒนาคนให้มีคุณภาพ คุณธรรมนำความรอบรู้อย่างเท่าทัน</b><br>○ มีสุขภาวะที่ดี |
|---|



<ul style="list-style-type: none"> <li>○ อยู่ในครอบครัวที่อบอุ่น ชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้</li> <li>○ มีความมั่นคงในการดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรี</li> </ul> <p>ภายใต้คุณภาพของความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p>
<p>(๒) <u>เสริมสร้างเศรษฐกิจให้มีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ มุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถแข่งขันได้</li> <li>○ มีภูมิคุ้มกันความเสี่ยงจากความผันผวนของสภาพแวดล้อมในยุคโลกาภิวัตน์</li> <li>○ บนพื้นฐานการบริหารเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>○ มีระดับการออมที่พอเพียง</li> <li>○ มีการปรับโครงสร้างการผลิตและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม</li> <li>○ ใช้จุดแข็งของความหลากหลายทางชีวภาพและเอกลักษณ์ความเป็นไทย</li> <li>○ ควบคู่กับการเชื่อมโยงกับต่างประเทศ และ</li> <li>○ การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และโลจิสติกส์ พลังงาน กฎกติกา และกลไกสนับสนุนการแข่งขันและกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม</li> </ul>
<p>(๓) <u>ดำรงความหลากหลายทางชีวภาพ และสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติ และคุณภาพสิ่งแวดล้อม</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ สร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน เป็นธรรม และมีการสร้างสรรค์คุณค่า</li> <li>○ สนับสนุนให้ชุมชนมีองค์ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อคุ้มครองฐานทรัพยากร</li> <li>○ คุ้มครองสิทธิและส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากร</li> <li>○ ปรับแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจน</li> <li>○ รักษาผลประโยชน์ของชาติจากข้อตกลงตามพันธกรณีระหว่างประเทศ</li> </ul>
<p>(๔) <u>พัฒนาระบบบริหารจัดการประเทศให้เกิดธรรมาภิบาลภายใต้ระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ มุ่งสร้างกลไกและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาสู่ทุกภาคี</li> <li>○ ควบคู่กับ</li> <li>○ การเสริมสร้างความโปร่งใส สุจริต ยุติธรรม รับผิดชอบต่อสาธารณะ</li> <li>○ มีการกระจายอำนาจและกระบวนการที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ</li> <li>○ ส่งเสริมความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการใช้ทรัพยากร</li> </ul>

## ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ. ๒๕๕๐- ๒๕๕๔)

กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ๕ ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่

๒. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้



- ❖ การพัฒนาคนให้มีคุณธรรมนำความรู้ เกิดภูมิคุ้มกัน
  - ❖ การเสริมสร้างสุขภาพของคนไทยให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ และอยู่ในสภาพแวดล้อมน่าอยู่
  - ❖ การเสริมสร้างคนไทยให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสันติสุข
๓. ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ
- ❖ การบริหารจัดการกระบวนการชุมชนเข้มแข็ง
  - ❖ การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน
  - ❖ การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูล
๔. ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน
- ❖ การปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความเป็นไทย
  - ❖ การสร้างภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจ
  - ❖ การสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม
๕. ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
- ❖ การรักษารากฐานทรัพยากรและความสมดุลของระบบนิเวศ
  - ❖ การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน
  - ❖ การพัฒนาคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น
๕. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศ
- ❖ การเสริมสร้างสุขและพัฒนาวุฒิธรรมประชาธิปไตยและธรรมาภิบาลให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมไทย
  - ❖ เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาชนให้สามารถเข้าร่วมในการบริหารจัดการประเทศ
  - ❖ สร้างภาคราชการที่มีประสิทธิภาพและมีธรรมาภิบาล เน้นการบริการแทนการกำกับควบคุมและทำงานร่วมกับหุ้นส่วนการพัฒนา
  - ❖ การกระจายอำนาจการบริหารจัดการประเทศสู่ภูมิภาค ท้องถิ่น และชุมชนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง
  - ❖ ส่งเสริมภาคธุรกิจเอกชนให้เกิดความเข้มแข็ง สุจริต และมีธรรมาภิบาล
  - ❖ การปฏิรูปกฎหมาย กฎระเบียบ และขั้นตอน กระบวนการเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อสร้างความสมดุลในการจัดสรรประโยชน์จากการพัฒนา
  - ❖ การรักษาและเสริมสร้างความมั่นคงเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการประเทศสู่ดุลยภาพและความยั่งยืน

**ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์**  
**ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๐**





### ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : ปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันสมัย

#### เป้าประสงค์ :

- กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและทันสมัย
- พัฒนาบุคลากรทางกฎหมายให้มีความรู้ความสามารถทันต่อเหตุการณ์

#### กลยุทธ์ :

- พัฒนากฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสภาวการณ์
- พัฒนาบุคลากรด้านกฎหมายให้มีความรู้ความสามารถทันต่อการเปลี่ยนแปลง

### ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๒ : พัฒนาระบบบริหารจัดการที่ดี

#### เป้าประสงค์ :

- ประชาชนพอใจต่อการให้บริการที่มีคุณภาพมาตรฐานการทำงานเพิ่มขึ้น

#### กลยุทธ์ :

- พัฒนาคุณภาพการทำงาน
- จัดรูปแบบการบริการให้ทันสมัย
- บูรณาการการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- พัฒนาขีดสมรรถนะของบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง
- ปรับปรุงระบบสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย

### ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การทำงานโปร่งใสและตรวจสอบได้

#### เป้าประสงค์ :

- เสริมสร้างความเข้มแข็งในการสร้างราชการใสสะอาด

#### กลยุทธ์ :

- สร้างและพัฒนามาตรฐานคุณภาพและจริยธรรมของหน่วยงาน

### ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๔ : ส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีจริยธรรม

#### เป้าประสงค์ :



- ผู้ประกอบธุรกิจมีจริยธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในการโฆษณา การทำสัญญา การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ

กลยุทธ์ :

- ประกาศเกียรติคุณผู้ประกอบการที่มีคุณธรรมจริยธรรม
- ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบธุรกิจประกอบธุรกิจโดยไม่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค

**ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : ส่งเสริมสนับสนุนประชาชนให้เป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็ง**

เป้าประสงค์ :

- ประชาชน นิสิต นักศึกษา และเยาวชน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ และร่วมกันจัดตั้งชมรม สมาคม เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค
- เครือข่ายภาคประชาชนและภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ :

- สร้างและพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภคให้ประชาชนทุกระดับสามารถเข้าถึง
- เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ให้ประชาชนและเยาวชน
- สนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายภาคประชาชนและภาคเอกชน  
ส่งเสริมให้กลุ่มชมรมและสมาคมจัดกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

**การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสู่การปฏิบัติ**



ในการดำเนินการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคไปสู่การปฏิบัติในปี พ.ศ.๒๕๕๐ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้เสนอเป็นแผนงานเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๐ ดังนี้

**แผนงานเสริมสร้างความมั่นคงของชีวิตและสังคม** โดยมีหลักการเพื่อให้

- ❖ ผู้บริโภคได้รับการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในสิทธิด้านต่าง ๆ
- ❖ ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองสิทธิในด้านต่าง ๆ

ทั้งนี้ ได้รับงบประมาณตามยุทธศาสตร์จัดสรร : การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ จำนวน ๑๓๗,๓๓๑,๙๐๐ บาท ซึ่งมีรายละเอียดของเป้าหมายและงบประมาณดำเนินการ กล่าวคือ

เป้าหมาย (การให้บริการของหน่วยงาน)	งบประมาณ (บาท)
○ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยความร่วมมือของทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน	๕๓,๓๑๔,๘๐๐
○ การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน	๘๔,๐๑๗,๑๐๐

หลักการของแผนกลยุทธ์การเสริมความมั่นคงของชีวิตและสังคม คือ

➤ สนับสนุนให้ประชาชนเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพทั้งในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย รายได้ปานกลางโดยมีกลไกทางการเงิน และการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งเน้นการพัฒนา สภาพแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่ และจัดหาสาธารณูปการ ไฟฟ้า น้ำประปา ให้แก่ประชาชน

**การจัดทำยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค**



ที่ผ่านมาได้มีการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งคณะทำงานได้เสนอยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ๙ ประเด็นยุทธศาสตร์<sup>๑</sup> โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑** การป้องกัน แก้ไขปัญหา เยียวยาและคุ้มครองผู้บริโภค
- ยุทธศาสตร์ที่ ๒** สร้างเครือข่ายเชิงพลวัตในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ทั้งองค์กรภาครัฐ ประชาชนผู้บริโภค และสถานประกอบการธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓** เพิ่มบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการดูแลคุ้มครองผู้บริโภค และประสานงานกับคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคระดับจังหวัด และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภค
- ยุทธศาสตร์ที่ ๔** ให้มีการระดมทุนจากผู้ประกอบการธุรกิจ จัดตั้งเป็นกองทุนเพื่อประกันความเสียหายหรือเป็นค่าใช้จ่ายในเบื้องต้นแก่ผู้เสียหาย เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีส่วนร่วมรับผิดชอบและร่วมรับภาระการดูแลคุ้มครองผู้บริโภค
- ยุทธศาสตร์ที่ ๕** พัฒนาระบบภูมิบาลของผู้ประกอบการธุรกิจ ให้ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- ยุทธศาสตร์ที่ ๖** เสริมสร้างพลังประชาชนในการคุ้มครองผู้บริโภคและสร้างความตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตน ในการได้รับความคุ้มครองดูแลให้ได้รับความปลอดภัย เป็นธรรม ประหยัด ได้รับความสะดวกในการเรียกร้อง การเยียวยาแก้ไข และการชดเชยความเสียหายที่เกิดจากการบริโภคสินค้าและบริการ
- ยุทธศาสตร์ที่ ๗** ให้การศึกษา ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค
- ยุทธศาสตร์ที่ ๘** ยุทธศาสตร์ พัฒนาระบบกำกับ ติดตาม ประเมินผล และการศึกษาวิจัย
- ยุทธศาสตร์ที่ ๙** ปรับปรุงแก้ไข กฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่เป็นอุปสรรคและที่จะเอื้อให้สามารถดำเนินการตามยุทธศาสตร์และมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่เสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผล

๑

เสนอโดย ศ.ดร.วรเดช จันทรศร และคณะ

