



สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

ตัวชี้วัด สภาองค์กรของผู้บริโภค และ เกณฑ์คะแนน

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569



081-134-9218 (ฝ่ายงานเลขานุการ)



www.tcc.or.th

สารบัญ			หน้า
สรุป ตัวชี้วัด/เป้าหมาย ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569			1-4
ส่วนที่ 1 : มิติด้านผลสัมฤทธิ์ (Performance) (16 ตัวชี้วัด)			5-8
ตัวชี้วัดที่ 1.1 ตัวชี้วัดองค์กร (8 ตัวชี้วัด)	ตัวชี้วัดย่อย	ตัวชี้วัดระดับ	หน้าที่
	1.1.1 การผลักดันนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภค	องค์กร / แผน 2	5
	1.1.2 ความร่วมมือในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับองค์กรผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CI	องค์กร	5
	1.1.3 การประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดการแก้ไขปัญหา	องค์กร	6
	1.1.4 การรับเรื่องร้องเรียน (ศูนย์รับเรื่องฯ)	องค์กร	6
	1.1.5 การรับเรื่องร้องเรียน (หน่วยงานประจำจังหวัด)	องค์กร	6
	1.1.6 ผลักดันกฎหมายโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน	องค์กร	6
	1.1.7 เกิดกลไกการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 38 จังหวัด	องค์กร / แผน 3 และ แผน 4	6
	1.1.8 สร้างเครือข่ายสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค	องค์กร / แผน 4	6
ตัวชี้วัดที่ 1.2 ตัวชี้วัดผู้บริโภค (8 ตัวชี้วัด)	1.2.1 ผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลือและได้รับการเยียวยาจากสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค	องค์กร	7
	1.2.2 การสำรวจการรับรู้สิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิทธิที่ผู้บริโภคมีและมีการรักษาสิทธิ	องค์กร	7
	1.2.3 มีแนวคำพิพากษาของศาลที่เป็นบรรทัดฐานคุ้มครองผู้บริโภค	แผน 1	7
	1.2.4 ความพึงพอใจของผู้บริโภค	องค์กร / แผน 1 และ แผน 4	8
	1.2.5 แก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนได้	องค์กร / แผน 1 และ แผน 4	8
	1.2.6 สร้าง Brand Awareness (Views / Impressions / Reach) ต่อการเผยแพร่สื่อของสภาฯ	องค์กร / แผน 5	8
	1.2.7 สร้าง Call to Action (Interaction / Engagements) ต่อสื่อเผยแพร่ของสภาฯ	องค์กร / แผน 5	8
	1.2.8 ผู้ติดตามใน platform ต่างๆ ของสภาฯ	องค์กร / แผน 5	8

สารบัญ (ต่อ)			หน้า
ส่วนที่ 2 : มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน (Efficiency) (4 ตัวชี้วัด)			9-10
ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดย่อย	ตัวชี้วัดระดับ	หน้าที่
2.1 การบริหารงานและงบประมาณ		องค์กร / แผน 7	9
2.2 สนับสนุนและส่งเสริมบทบาทให้ กรรมการ นโยบายมีบทบาทและส่วนร่วมในการผลักดันนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานประจำจังหวัด		องค์กร / แผน 3	9
2.3 การเสนอแนะนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค	2.3.1 หน่วยงานประจำจังหวัดสามารถผลักดันนโยบายหรือมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคหลักของสภาองค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดได้	องค์กร / แผน 4	10
	2.3.2 หน่วยงานประจำจังหวัดสามารถกำหนดและมีมาตรการหรือข้อเสนอแนะนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภคขยายผลในระดับจังหวัด	องค์กร / แผน 4	10
ส่วนที่ 3 : มิติด้านการพัฒนาองค์กร (3 ตัวชี้วัด)			11-12
3.1 การดำเนินการตามแผนแม่บท HR		องค์กร / แผน 6	11
3.2 เพิ่มศักยภาพด้าน IT พัฒนา Digital culture		องค์กร / แผน 6	11
3.3 การจัดตั้งกองทุนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค		องค์กร / แผน 7	12

สรุป ตัวชี้วัด/เป้าหมาย ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569

มิติ	ตัวชี้วัด / ตัวชี้วัดย่อย	เป้าหมาย	ฝ่าย (หมายเหตุ)
ส่วนที่ 1 : มิติด้านผลสัมฤทธิ์ (Performance) (16 ตัวชี้วัด)			
ตัวชี้วัดที่ 1.1 ตัวชี้วัดองค์กร (8 ตัวชี้วัด)	ตัวชี้วัดที่ 1.1.1 การผลักดันนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภค	นโยบายที่ได้ประกาศอย่างน้อย 3 ประเด็น ขับเคลื่อน ได้มีการนำไปปฏิบัติโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	นย. (องค์กร) (แผน 2)
	ตัวชี้วัดที่ 1.1.2 ความร่วมมือในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ องค์กรผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CI (Consumers International)	สนับสนุนและแก้ไขปัญหาผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ตามกรอบความร่วมมือ 2 ประเทศ	นย. / คพ. (องค์กร)
	ตัวชี้วัดที่ 1.1.3 การประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการ คุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดการแก้ไขปัญหา	ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีแนวทางแก้ไข ปัญหาผู้บริโภคจำนวน 18 เรื่อง จากข้อเสนอแนะ ของคณะอนุกรรมการทั้ง 9 ด้าน	นย. (องค์กร)
	ตัวชี้วัดที่ 1.1.4 การรับเรื่องร้องเรียน (ศูนย์รับเรื่องฯ)	จำนวน 5,000 เรื่อง	คพ. (องค์กร)
	ตัวชี้วัดที่ 1.1.5 การรับเรื่องร้องเรียน (หน่วยงานประจำจังหวัด)	จำนวน 5,000 เรื่อง	สส. / หน่วยงาน ประจำจังหวัด (องค์กร)
	ตัวชี้วัดที่ 1.1.6 ผลักดันกฎหมายโดยการมีส่วนร่วมของ ประชาชน	จำนวน 3 ฉบับ	นย. (องค์กร)
	ตัวชี้วัดที่ 1.1.7 เกิดกลไกการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 38 จังหวัด	ไม่น้อยกว่า 70%	สส. / หน่วยงาน เขตพื้นที่ (องค์กร) (แผน 3 และ 4)
	ตัวชี้วัดที่ 1.1.8 สร้างเครือข่ายสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค	สะสม 60 จังหวัด 360 องค์กร	สส. / หน่วยงาน เขตพื้นที่ (องค์กร)(แผน 3)

มิติ	ตัวชี้วัด / ตัวชี้วัดย่อย	เป้าหมาย	ฝ่าย (หมายเหตุ)
ส่วนที่ 1 : มิติด้านผลสัมฤทธิ์ (Performance) (16 ตัวชี้วัด)(ต่อ)			
ตัวชี้วัดที่ 1.2 ตัวชี้วัดผู้บริโภคร (8 ตัวชี้วัด)	ตัวชี้วัดที่ 1.2.1 ผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลือและได้รับการเยียวยาจากสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค	ผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลือไม่น้อยกว่า 80% จากเรื่องร้องเรียนทั้งหมดของปี พ.ศ. 2568 และได้รับการเยียวยาไม่น้อยกว่า 20% ของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ให้ความช่วยเหลือ	คพ. / สส. (องค์กร)
	ตัวชี้วัดที่ 1.2.2 การสำรวจการรับรู้สิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิทธิที่ผู้บริโภคมีและมีการรักษาสิทธิ	นำรายงานผลการสำรวจฯ มาปรับปรุงแผนการดำเนินงาน	สส. (องค์กร)
	ตัวชี้วัดที่ 1.2.3 มีแนวคำพิพากษาของศาลที่เป็นบรรทัดฐานคุ้มครองผู้บริโภค	อย่างน้อย 3 กรณี	คพ. (แผน 1)
	ตัวชี้วัดที่ 1.2.4 ความพึงพอใจของผู้บริโภค	ร้อยละ 80	คพ. / สส. / สป. (องค์กร)(แผน 1 และ 4)
	ตัวชี้วัดที่ 1.2.5 แก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนได้	ร้อยละ 80	คพ. / สส. (องค์กร)(แผน 1 และ 4)
	ตัวชี้วัดที่ 1.2.6 สร้าง Brand Awareness (Views / Impressions / Reach) ต่อการเผยแพร่สื่อของสภาฯ	60 ล้านครั้ง	สป. (องค์กร)(แผน 5)
	ตัวชี้วัดที่ 1.2.7 สร้าง Call to Action (Interaction / Engagements) ต่อสื่อเผยแพร่ของสภาฯ	ไม่น้อยกว่า 10% ในแต่ละแพลตฟอร์ม	สป. (องค์กร)(แผน 5)
	ตัวชี้วัดที่ 1.2.8 ผู้ติดตามใน platform ต่างๆ ของสภาฯ	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10% ต่อ ปี	สป. (แผน 5)

มิติ	ตัวชี้วัด / ตัวชี้วัดย่อย	เป้าหมาย	ฝ่าย (หมายเหตุ)
ส่วนที่ 2 : มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน (Efficiency) (4 ตัวชี้วัด)			
ตัวชี้วัดที่ 2.1 การบริหารงานและงบประมาณ	การบรรลุเป้าหมายตามแผนปฏิบัติงานประจำปี / การใช้ จ่ายงบประมาณประจำปี	ร้อยละ 100	ลข. (องค์กร)(แผน 7)
ตัวชี้วัดที่ 2.2 สนับสนุนและส่งเสริมบทบาทให้ กรรมการ นโยบายมีบทบาทและส่วนร่วมในการ ผลักดันนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคกับ หน่วยงานประจำจังหวัด	กลไกการผลักดันนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่เชื่อมโยงการ ทำงานกับหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่	นโยบายหรือมาตรการการ คุ้มครองผู้บริโภคหลัก 2 นโยบาย/มาตรการ	สส. / หน่วยงานประจำจังหวัด (องค์กร)(แผน 3)
ตัวชี้วัดที่ 2.3 การเสนอแนะนโยบายและมาตรการในการ คุ้มครองผู้บริโภค (2 ตัวชี้วัดย่อย) (ข้อมูล 22 ก.ย.2568 มีหน่วยงานประจำ จังหวัดจำนวน 20 จังหวัด)	ตัวชี้วัดที่ 2.3.1 หน่วยงานประจำจังหวัดสามารถ ผลักดันนโยบายหรือมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค หลักของสภาองค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดได้	นโยบายหรือมาตรการการ คุ้มครองผู้บริโภคหลัก 2 นโยบาย/มาตรการ ครบทุกจังหวัด (20 จังหวัด)	หน่วยงานประจำจังหวัด (องค์กร)(แผน 4)
	ตัวชี้วัดที่ 2.3.2 หน่วยงานประจำจังหวัดสามารถ กำหนดและมีมาตรการหรือข้อเสนอแนะนโยบายในการ คุ้มครองผู้บริโภคขยายผลในระดับจังหวัด	นโยบายหรือมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคของจังหวัดที่ ได้หารือร่วมกันขยายผลใน จังหวัดอย่างน้อยร้อยละ 90 ของจำนวนจังหวัด รวม 2 นโยบาย/มาตรการ	หน่วยงานประจำจังหวัด (องค์กร)(แผน 4)

มิติ	ตัวชี้วัด / ตัวชี้วัดย่อย	เป้าหมาย	ฝ่าย (หมายเหตุ)
ส่วนที่ 3 : มิติด้านการพัฒนาองค์กร (3 ตัวชี้วัด)			
ตัวชี้วัดที่ 3.1 การดำเนินการตามแผน แม่บท HR	ดำเนินการตามแผน แม่บท HR	- แผนอัตรากำลัง 3 ปี - กำหนดสมรรถนะของแต่ละตำแหน่งเพื่อจัดทำ JD ของเจ้าหน้าที่มากกว่าร้อยละ 80 - กำหนด Career Path และสวัสดิการสำหรับเจ้าหน้าที่สำนักงานทุกตำแหน่ง เสนอคณะกรรมการนโยบาย เห็นชอบ - แผนเส้นทางสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เสนอคณะกรรมการนโยบาย เห็นชอบ	บพ. (องค์กร)(แผน 6)
ตัวชี้วัดที่ 3.2 เพิ่มศักยภาพด้าน IT พัฒนา Digital culture	พัฒนาทักษะการเรียนรู้ และศักยภาพเชิงดิจิทัล องค์กร รวมทั้ง ดำเนินการตามแผน แม่บท IT	- ระบบจัดทำปฏิทินกิจกรรมที่เชื่อมโยงสำหรับหน่วยงานประจำจังหวัด เขตพื้นที่และเจ้าหน้าที่สำนักงาน - แผนบริหารจัดการด้านการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และด้านความปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security) ตามกฎหมาย - ผู้บริหารสามารถใช้เทคโนโลยี AI ในการพัฒนากระบวนการบริหารงานและตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วโดยมีผลงานที่แสดงได้น้อยกว่า 2 ผลงาน - ระบบ CRM ใหม่ที่สามารถบริหารข้อมูลผู้ร้องเรียนนำไปสู่การกำหนดนโยบายองค์กรและสามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในระดับดีไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	บพ. (องค์กร)(แผน 6)
ตัวชี้วัดที่ 3.3 การจัดตั้งกองทุนเพื่อการ คุ้มครองผู้บริโภค	สำนักงานมีแผนงาน จัดตั้งกองทุนเพื่อการ คุ้มครองผู้บริโภค	เสนอแผนการจัดตั้งกองทุนฯ ต่อคณะกรรมการนโยบายให้ความเห็นชอบ	ลพ. (องค์กร)(แผน 7)

ส่วนที่ 1 : มิติด้านผลสัมฤทธิ์ (Performance) (16 ตัวชี้วัด)	
ตัวชี้วัดที่ 1.1 ตัวชี้วัดองค์กร	8 ตัวชี้วัด เป้าหมาย และ เกณฑ์คะแนน ดังนี้

ตัวชี้วัดย่อย	หมายเหตุ	เป้าหมาย	เกณฑ์คะแนน 1	เกณฑ์คะแนน 3	เกณฑ์คะแนน 5
ตัวชี้วัดที่ 1.1 ตัวชี้วัดองค์กร (8 ตัวชี้วัด)					
1.1.1 การผลักดันนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภค	นย. (องค์กร) (แผน 2)	นโยบายที่ได้ประกาศอย่างน้อย 3 ประเด็นขับเคลื่อน ได้มีการนำไปปฏิบัติโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	นโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภคจากข้อเสนอของอนุกรรมการ 9 ด้านได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมสภาองค์กรของผู้บริโภค และประกาศให้เป็นนโยบายในการดำเนินงานในปี 2569 รวม 15 ประเด็นขับเคลื่อน	กำหนดนโยบายหลัก โดยที่ประชุมสภาองค์กรของผู้บริโภคเห็นชอบเลือกประเด็นขับเคลื่อนในการดำเนินงานในปี 2569 จาก 15 ประเด็นขับเคลื่อน อย่างน้อย 3 ประเด็นหลักที่จะขับเคลื่อนร่วมกับกลไกระดับพื้นที่	นโยบายที่ได้ประกาศอย่างน้อย 3 ประเด็นขับเคลื่อน ได้มีการนำไปปฏิบัติโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
1.1.2 ความร่วมมือในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับองค์กรผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CI (Consumers International)	นย. / คพ. (องค์กร)	สนับสนุนและแก้ไขปัญหาผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ตามกรอบความร่วมมือ 2 ประเทศ	เกิดแนวทางการร่วมมือในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับองค์กรผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CI	สนับสนุนและแก้ไขปัญหาผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ตามกรอบความร่วมมือ 1 ประเทศ	สนับสนุนและแก้ไขปัญหาผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ตามกรอบความร่วมมือ 2 ประเทศ

ตัวชี้วัดย่อย	หมายเหตุ	เป้าหมาย	เกณฑ์คะแนน 1	เกณฑ์คะแนน 3	เกณฑ์คะแนน 5
ตัวชี้วัดที่ 1.1 ตัวชี้วัดองค์กร (8 ตัวชี้วัด)					
1.1.3 การประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดการแก้ไขปัญหา	นย. (องค์กร)	แนวทาง แก้ไขปัญหา ผู้บริโภคจำนวน 18 เรื่อง จากข้อเสนอแนะ ของคณะ อนุกรรมการ ทั้ง 9 ด้าน	ประสานกับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องให้มีแนวทาง แก้ไข ปัญหาผู้บริโภคจำนวน 9 เรื่อง จากข้อเสนอแนะของคณะ อนุกรรมการทั้ง 9 ด้าน	ประสานกับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องให้มีแนวทาง แก้ไข ปัญหาผู้บริโภคจำนวน 15 เรื่อง จากข้อเสนอแนะของ คณะ อนุกรรมการทั้ง 9 ด้าน	ประสานกับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องให้มีแนวทาง แก้ไข ปัญหาผู้บริโภคจำนวน 18 เรื่อง จากข้อเสนอแนะของคณะ อนุกรรมการทั้ง 9 ด้าน
1.1.4 การรับเรื่องร้องเรียน(ส่วนกลาง)	คพ. (องค์กร) ศูนย์รับเรื่องฯ	จำนวน 5,000 เรื่อง	จำนวน 4,000 เรื่อง	จำนวน 4,500 เรื่อง	จำนวน 5,000 เรื่อง
1.1.5 การรับเรื่องร้องเรียน (จังหวัด)	สส. / หน่วยงาน ประจำจังหวัด (องค์กร)	จำนวน 5,000 เรื่อง	จำนวน 4,000 เรื่อง	จำนวน 4,500 เรื่อง	จำนวน 5,000 เรื่อง
1.1.6 ผลักดันกฎหมายโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน	นย. (องค์กร)	จำนวน 3 ฉบับ	จำนวน 1 ฉบับ	จำนวน 2 ฉบับ	จำนวน 3 ฉบับ
1.1.7 เกิดกลไกการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 38 จังหวัด	สส. / หน่วยงาน เขตพื้นที่(องค์กร) (แผน 3 และ 4)	ไม่น้อยกว่า 70%	ไม่น้อยกว่า 60% (23 จังหวัด)	ไม่น้อยกว่า 65% (25 จังหวัด)	ไม่น้อยกว่า 70% (27 จังหวัด)
1.1.8 สร้างเครือข่ายสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค	สส. / หน่วยงาน เขตพื้นที่ (องค์กร)(แผน 3)	สะสม 60 จังหวัด 360 องค์กร	สะสม 60 จังหวัด 357 องค์กร	สะสม 60 จังหวัด 359 องค์กร	สะสม 60 จังหวัด 360 องค์กร

ส่วนที่ 1 : มิติด้านผลสัมฤทธิ์ (Performance) (16 ตัวชี้วัด)	
ตัวชี้วัดที่ 1.2 ตัวชี้วัดผู้บริหาร	8 ตัวชี้วัด เป้าหมาย และ เกณฑ์คะแนน ดังนี้

ตัวชี้วัดย่อย	หมายเหตุ	เป้าหมาย	เกณฑ์คะแนน 1	เกณฑ์คะแนน 3	เกณฑ์คะแนน 5
ตัวชี้วัดที่ 1.2 ตัวชี้วัดผู้บริหาร (8 ตัวชี้วัด)					
1.2.1 ผู้บริหารได้รับการช่วยเหลือและได้รับการเยียวยาจากสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค	คพ. / สส. (องค์กร)	ผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลือไม่น้อยกว่า 80% จากเรื่องร้องเรียนทั้งหมดของปี พ.ศ. 2569 และได้รับการเยียวยาไม่น้อยกว่า 20% ของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ให้ความช่วยเหลือ	ผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลือไม่น้อยกว่า 50% จากเรื่องร้องเรียนทั้งหมดของปี พ.ศ. 2569	ผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลือไม่น้อยกว่า 60% จากเรื่องร้องเรียนทั้งหมดของปี พ.ศ. 2569 และได้รับการเยียวยาไม่น้อยกว่า 10% ของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ให้ความช่วยเหลือ	ผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลือไม่น้อยกว่า 80% จากเรื่องร้องเรียนทั้งหมดของปี พ.ศ. 2569 และได้รับการเยียวยาไม่น้อยกว่า 20% ของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ให้ความช่วยเหลือ
1.2.2 การสำรวจการรับรู้สิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิทธิที่ผู้บริโภคมีและมีการรักษาสิทธิ	สส. (องค์กร)	นำรายงานผลการสำรวจฯ มาปรับปรุงแผนการดำเนินงาน	ดำเนินการให้มีการสำรวจการรับรู้สิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิทธิที่ผู้บริโภคมีและมีการรักษาสิทธิ	รายงานผลการสำรวจการรับรู้สิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิทธิที่ผู้บริโภคมีและมีการรักษาสิทธิ ต่อที่ประชุมสภาองค์กรของผู้บริโภค	นำรายงานผลการสำรวจฯ มาปรับปรุงแผนการดำเนินงาน
1.2.3 มีแนวคำพิพากษาของศาลที่เป็นบรรทัดฐานคุ้มครองผู้บริโภค	คพ. (แผน 1)	อย่างน้อย 3 กรณี	อย่างน้อย 1 กรณี	อย่างน้อย 2 กรณี	อย่างน้อย 3 กรณี

ตัวชี้วัดย่อย	หมายเหตุ	เป้าหมาย	เกณฑ์คะแนน 1	เกณฑ์คะแนน 3	เกณฑ์คะแนน 5
ตัวชี้วัดที่ 1.2 ตัวชี้วัดผู้บริโภคร (8 ตัวชี้วัด)					
1.2.4 ความพึงพอใจของผู้บริโภค	คพ. / สส. / สป. (องค์กร) (แผน 1 และ 4)	ร้อยละ 80	ร้อยละ 70	ร้อยละ 75	ร้อยละ 80
1.2.5 แก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนได้	คพ. / สส. (องค์กร) (แผน 1 และ 4)	ร้อยละ 80	ร้อยละ 70	ร้อยละ 75	ร้อยละ 80
1.2.6 สร้าง Brand Awareness(Views / Impressions / Reach) ต่อการเผยแพร่สื่อของสภาฯ	สป. (องค์กร)(แผน 5)	60 ล้านครั้ง	55 ล้านครั้ง	58 ล้านครั้ง	60 ล้านครั้ง
1.2.7 สร้าง Call to Action (Interaction / Engagements) ต่อสื่อเผยแพร่ของสภาฯ	สป. (องค์กร)(แผน 5)	ไม่น้อยกว่า 10% ในแต่ละแพลตฟอร์ม	ไม่น้อยกว่า 8% ในแต่ละแพลตฟอร์ม	ไม่น้อยกว่า 9% ในแต่ละแพลตฟอร์ม	ไม่น้อยกว่า 10% ในแต่ละแพลตฟอร์ม
1.2.8 ผู้ติดตามใน platform ต่างๆ ของสภาฯ	สป. (แผน 5)	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10% ต่อ ปี	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 8% ต่อ ปี	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 9% ต่อ ปี	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10% ต่อ ปี

ส่วนที่ 2 : มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน (Efficiency) (4 ตัวชี้วัด)

ตัวชี้วัดย่อย	หมายเหตุ	เป้าหมาย	เกณฑ์คะแนน 1	เกณฑ์คะแนน 3	เกณฑ์คะแนน 5
ส่วนที่ 2 : มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน (Efficiency)			4 ตัวชี้วัด เป้าหมาย และ เกณฑ์คะแนน ดังนี้		
ตัวชี้วัดที่ 2.1 การบริหารงานและ งบประมาณ	ลข. (องค์กร) (แผน 7)	การบรรลุเป้าหมายตาม แผนปฏิบัติงานประจำปี /การ ใช้จ่ายงบประมาณประจำปี ร้อยละ 100	บรรลุเป้าหมายตามแผนปฏิบัติ งาน /การใช้จ่ายงบประมาณ มากกว่าร้อยละ 70	บรรลุเป้าหมายตามแผนปฏิบัติ งาน /การใช้จ่ายงบประมาณ มากกว่าร้อยละ 90	บรรลุเป้าหมายตามแผนปฏิบัติ งาน /การใช้จ่ายงบประมาณ ร้อยละ 100
ตัวชี้วัดที่ 2.2 สนับสนุนและ ส่งเสริมบทบาทให้ กรรมการ นโยบาย มีบทบาทและส่วน ร่วมในการผลักดัน นโยบายการ คุ้มครองผู้บริโภค กับหน่วยงาน ประจำจังหวัด	สส. / หน่วยงาน ประจำจังหวัด (องค์กร)(แผน 3	สามารถผลักดันนโยบายการ คุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงาน ประจำจังหวัด 2 นโยบาย ครบ ทุกจังหวัดและสื่อสารกับสภา องค์กรของผู้บริโภค	เกิดกลไกการผลักดันนโยบายการ คุ้มครองผู้บริโภคที่เชื่อมโยงการ ทำงานกับหน่วยงานประจำจังหวัด และหน่วยงานเขตพื้นที่	สามารถผลักดันนโยบายการ คุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงาน ประจำจังหวัด 1 นโยบาย ครบทุก จังหวัด	สามารถผลักดันนโยบายการ คุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงาน ประจำจังหวัด 2 นโยบาย ครบทุก จังหวัดและสื่อสารกับสภาองค์กร ของผู้บริโภค
ข้อมูล 22 ก.ย.2568 มีหน่วยงานประจำจังหวัดจำนวน 20 จังหวัด)					

ตัวชี้วัดย่อย	หมายเหตุ	เป้าหมาย	เกณฑ์คะแนน 1	เกณฑ์คะแนน 3	เกณฑ์คะแนน 5
ส่วนที่ 2 : มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน (Efficiency)			4 ตัวชี้วัด เป้าหมาย และ เกณฑ์คะแนน ดังนี้		
ตัวชี้วัดที่ 2.3 การเสนอแนะนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค (2 ตัวชี้วัดย่อย)					
2.3.1 หน่วยงาน ประจำจังหวัด สามารถผลักดัน นโยบายหรือมาตรการ การคุ้มครองผู้บริโภค หลักของสภาองค์กร ของผู้บริโภคในระดับ จังหวัดได้	หน่วยงาน ประจำจังหวัด (องค์กร) (แผน 4)	หน่วยงานประจำจังหวัด นำนโยบายหรือมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคของสภา องค์กรของผู้บริโภคไป ผลักดันในระดับจังหวัด สำเร็จ 2 นโยบาย/ มาตรการ ครบทุกจังหวัด	หน่วยงานประจำจังหวัดนำ นโยบายหรือมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคของสภา องค์กรของผู้บริโภคไปผลักดัน ในระดับจังหวัดสำเร็จ 2 นโยบาย/มาตรการ	หน่วยงานประจำจังหวัดนำ นโยบายหรือมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคของสภา องค์กรของผู้บริโภคไปผลักดัน ในระดับจังหวัดสำเร็จ 1 นโยบาย/มาตรการ ครบทุก จังหวัด	หน่วยงานประจำจังหวัดนำ นโยบายหรือมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคของสภา องค์กรของผู้บริโภคไปผลักดัน ในระดับจังหวัดสำเร็จ 2 นโยบาย/มาตรการ ครบทุก จังหวัด
2.3.2 หน่วยงาน ประจำจังหวัด สามารถกำหนดและมี มาตรการหรือข้อเสนอ นโยบายในการ คุ้มครองผู้บริโภค ขยายผลในระดับ จังหวัด	หน่วยงาน ประจำจังหวัด (องค์กร) (แผน 4)	หน่วยงานประจำจังหวัด นำนโยบายหรือมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคของ จังหวัดที่ได้หารือร่วมกัน ไปขยายผลในจังหวัด สำเร็จอย่างน้อยร้อยละ 90 ของจำนวนจังหวัด รวม 2 นโยบาย/มาตรการ	หน่วยงานประจำจังหวัดนำ นโยบายหรือมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคของจังหวัดที่ ได้หารือร่วมกันไปขยายผลใน จังหวัดสำเร็จอย่างน้อยร้อยละ ละ 70 ของจำนวนจังหวัด รวม 2 นโยบาย/มาตรการ	หน่วยงานประจำจังหวัดนำ นโยบายหรือมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคของจังหวัดที่ ได้หารือร่วมกันไปขยายผลใน จังหวัดสำเร็จอย่างน้อยร้อยละ ละ 90 ของจำนวนจังหวัด รวม 1 นโยบาย/มาตรการ	หน่วยงานประจำจังหวัดนำ นโยบายหรือมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภคของจังหวัดที่ ได้หารือร่วมกันไปขยายผลใน จังหวัดสำเร็จอย่างน้อยร้อยละ ละ 90 ของจำนวนจังหวัด รวม 2 นโยบาย/มาตรการ
ข้อมูล 22 ก.ย.2568 มีหน่วยงานประจำจังหวัดจำนวน 20 จังหวัด)					

ส่วนที่ 3 : มิติด้านการพัฒนาองค์กร (3 ตัวชี้วัด)

ตัวชี้วัดย่อย	หมายเหตุ	เป้าหมาย	เกณฑ์คะแนน 1	เกณฑ์คะแนน 3	เกณฑ์คะแนน 5
ส่วนที่ 3 : มิติด้านการพัฒนาองค์กร			3 ตัวชี้วัด เป้าหมาย และ เกณฑ์คะแนน ดังนี้		
ตัวชี้วัดที่ 3.1 การดำเนินการตามแผนแม่บท HR	บห. (องค์กร) (แผน 6)	ดำเนินการครบถ้วน การเกณฑ์คะแนนที่ 5	- แผนอัตรากำลัง 3 ปี - กำหนดสมรรถนะของแต่ละตำแหน่งเพื่อจัดทำ JD ของเจ้าหน้าที่มากกว่าร้อยละ 80 - กำหนด Career Path และสวัสดิการสำหรับเจ้าหน้าที่สำนักงานทุกตำแหน่ง เสนอ คณะกรรมการนโยบาย เห็นชอบ	- แผนอัตรากำลัง 3 ปี - กำหนดสมรรถนะของแต่ละตำแหน่งเพื่อจัดทำ JD ของเจ้าหน้าที่มากกว่าร้อยละ 80 - กำหนด Career Path และสวัสดิการสำหรับเจ้าหน้าที่สำนักงานทุกตำแหน่ง เสนอ คณะกรรมการนโยบาย เห็นชอบ	- แผนอัตรากำลัง 3 ปี - กำหนดสมรรถนะของแต่ละตำแหน่งเพื่อจัดทำ JD ของเจ้าหน้าที่มากกว่าร้อยละ 80 - กำหนด Career Path และสวัสดิการสำหรับเจ้าหน้าที่สำนักงานทุกตำแหน่ง เสนอ คณะกรรมการนโยบาย เห็นชอบ - แผนเส้นทางสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เสนอคณะกรรมการนโยบาย เห็นชอบ
ตัวชี้วัดที่ 3.2 เพิ่มศักยภาพด้าน IT พัฒนา Digital culture	บห. (องค์กร) (แผน 6)	ดำเนินการครบถ้วน การเกณฑ์คะแนนที่ 5	- ระบบจัดทำปฏิทินกิจกรรมที่เชื่อมโยงสำหรับหน่วยงานประจำจังหวัด เขตพื้นที่และเจ้าหน้าที่สำนักงาน - แผนบริหารจัดการด้านการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และด้านความปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security) ตามกฎหมาย	- ระบบจัดทำปฏิทินกิจกรรมที่เชื่อมโยงสำหรับหน่วยงานประจำจังหวัด เขตพื้นที่และเจ้าหน้าที่สำนักงาน - แผนบริหารจัดการด้านการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และด้านความปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security) ตามกฎหมาย - ผู้บริหารสามารถใช้เทคโนโลยี AI ในการพัฒนากระบวนการบริหารงานและตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วโดยมีผลงานที่แสดงอย่างน้อย 2 ผลงาน	- ระบบจัดทำปฏิทินกิจกรรมที่เชื่อมโยงสำหรับหน่วยงานประจำจังหวัด เขตพื้นที่และเจ้าหน้าที่ - แผนบริหารจัดการด้านการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และด้านความปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security) ตามกฎหมาย - ผู้บริหารสามารถใช้เทคโนโลยี AI ในการพัฒนากระบวนการบริหารงานและตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วโดยมีผลงานที่แสดงอย่างน้อย 2 ผลงาน - ระบบ CRM ใหม่ที่สามารถบริหารข้อมูลผู้ร้องเรียนนำไปสู่การกำหนดนโยบายองค์กรและสามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในระดับดีไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

ตัวชี้วัดย่อย	หมายเหตุ	เป้าหมาย	เกณฑ์คะแนน 1	เกณฑ์คะแนน 3	เกณฑ์คะแนน 5
ส่วนที่ 3 : มิติด้านการพัฒนาองค์กร			3 ตัวชี้วัด เป้าหมาย และ เกณฑ์คะแนน ดังนี้		
ตัวชี้วัดที่ 3.3 การจัดตั้งกองทุนเพื่อ การคุ้มครองผู้บริโภค	ลข. (องค์กร) (แผน 7)	สำนักงาน เสนอ แผนการจัดตั้งกองทุนฯ ต่อคณะกรรมการ นโยบายให้ความ เห็นชอบ	มีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับการจัดตั้งกองทุนเพื่อการ คุ้มครองผู้บริโภค วิเคราะห์ และ กำหนดแนวทาง	สำนักงาน เสนอแผนการ จัดตั้งกองทุนฯ ต่อ คณะกรรมการบริหาร ให้ความเห็นชอบ	สำนักงาน เสนอแผนการจัดตั้ง กองทุนฯ ต่อคณะกรรมการ นโยบายให้ความเห็นชอบ