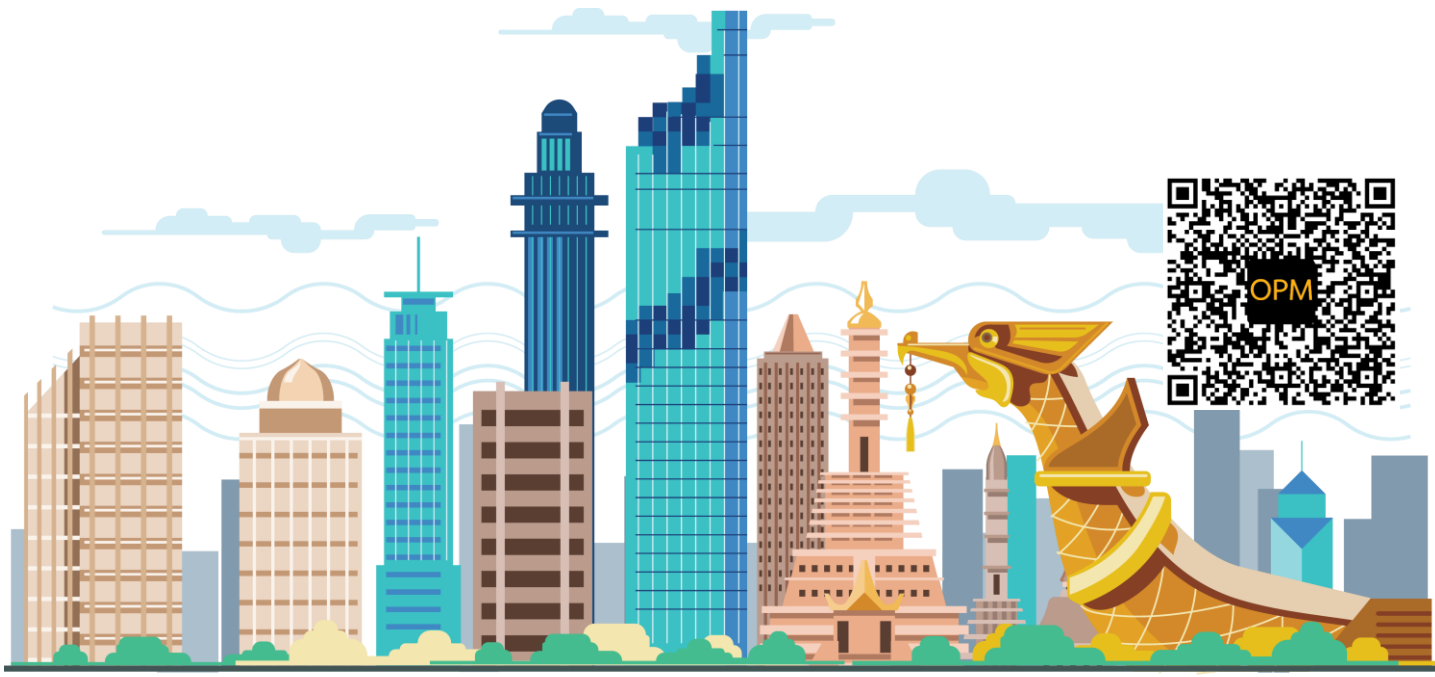
แผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี

(สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์
และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐



คำนำ

การบริหารราชการภาครัฐในปัจจุบันจำเป็นต้องมีแผนปฏิบัติราชการระดับกระทรวง เพื่อกำหนดทิศทางของหน่วยงานภายในให้เชื่อมประสานสอดคล้อง มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งเป็นกรอบการดำเนินงานของหน่วยงานในแต่ละปีงบประมาณให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจุบันสำนักนายกรัฐมนตรีมีหน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน ๓ หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในห้วงเวลาที่ผ่านมาได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติราชการของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕ ซึ่งแผนดังกล่าวจะสิ้นสุดลงในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานภารกิจของสำนักนายกรัฐมนตรีใน ๓ หน่วยงานดังกล่าวข้างต้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ สามารถสอดรับและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ เพื่อให้สอดคล้องกับช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ และ แผนระดับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรองรับสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้และส่งผลต่อการดำรงชีวิต และการดำเนินภารกิจของหน่วยงาน อาทิ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (โควิด-19) การเปลี่ยนสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจ และสังคม โดยได้ดำเนินการภายใต้หลักแนวคิดการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยมีการแต่งตั้งคณะทำงานจากทั้ง ๓ หน่วยงานมาร่วมกันกำหนดกรอบทิศทาง และจัดทำรายละเอียดในแผนปฏิบัติราชการฯ ฉบับดังกล่าว

เพื่อให้การขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ “เป็นศูนย์กลางการบูรณาการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินที่ทันสมัยอย่างเป็นเอกภาพและมีส่วนร่วม เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน” เป็นรูปธรรม ขอให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ทั้ง ๓ หน่วยงาน ร่วมดำเนินการขับเคลื่อนตามแผนปฏิบัติราชการฯ ฉบับดังกล่าวให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดต่อไป

(นายธีรภัทร ประยูรสิทธิ)
ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี
กันยายน ๒๕๖๕

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
บทที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานองค์กร	๑
■ สำนักนายกรัฐมนตรี	๑
■ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	๓
■ กรมประชาสัมพันธ์	๔
■ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๕
บทที่ ๒ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	๗
■ บริบทแนวโน้มของโลก (Global Megatrends)	๗
■ บริบทการเปลี่ยนแปลงของไทยจากสถานการณ์โควิด-19	๙
■ ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)	๙
■ การวิเคราะห์ความเสี่ยงยุทธศาสตร์	๑๕
■ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร	๑๙
บทที่ ๓ ความสอดคล้องกับแผนระดับต่าง ๆ	๒๓
■ ความสอดคล้องกับแผนระดับที่ ๑	๒๓
■ ความสอดคล้องกับแผนระดับที่ ๒	๒๕
■ ความสอดคล้องกับแผนระดับที่ ๓	๒๘
บทที่ ๔ สาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการ	๒๙
■ วิสัยทัศน์ พันธกิจ กรอบแนวทางการขับเคลื่อน	๒๙
■ กรอบแนวทางที่ ๑	๓๐
■ กรอบแนวทางที่ ๒	๓๒
■ กรอบแนวทางที่ ๓	๓๕
■ กรอบแนวทางที่ ๔	๓๘
บทที่ ๕ การขับเคลื่อนการติดตามและประเมินผล	๔๑
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน	๖๐
ภาคผนวก ข รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๖๒
ภาคผนวก ค ข้อมูลบัญชีอักษรย่อ	๖๓

บทสรุปผู้บริหาร

กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติราชการของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ได้ดำเนินการภายใต้แนวคิดการมุ่งขับเคลื่อนภารกิจให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ ตลอดจนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ โดยได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นทั้งจากส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา องค์กรภาคเอกชน และประชาชนจากทั่วประเทศ และได้ดำเนินการจัดประชุมคณะทำงานซึ่งประกอบด้วย ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นประธานคณะทำงาน อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้แทนส่วนราชการในสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นคณะทำงาน และผู้อำนวยการสำนักแผนงานและกิจการพิเศษ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นคณะทำงานและเลขานุการ เพื่อร่วมกันลงฉันทามติในการกำหนดกรอบทิศทางของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ดังนี้

วิสัยทัศน์

“เป็นศูนย์กลางการบูรณาการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินที่ทันสมัยอย่างเป็นเอกภาพ และมีส่วนร่วม เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน”

พันธกิจ

๑) ส่งเสริมและเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ
๒) ขับเคลื่อนภารกิจตามกฎหมายและนโยบายของรัฐสู่การปฏิบัติ
๓) ส่งเสริม คุ้มครองสิทธิ และแก้ไขปัญหาของประชาชน
๔) ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้การดำเนินงานของรัฐ และสร้างภาพลักษณ์ของประเทศแก่สาธารณชน

กรอบแนวทาง	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
๑. การเสริมสร้างความมั่นคงของชาติด้านเอกลักษณ์ของชาติและความเข้าใจอันดีในสถาบันหลัก	ขับเคลื่อนภารกิจการเสริมสร้างด้านเอกลักษณ์ของชาติและสถาบันหลักเพื่อความมั่นคงของชาติ	๑.๑ ส่งเสริมการดำเนินโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ
		๑.๒ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติเพื่อสร้างการรับรู้ที่เหมาะสมให้กับประชาชนในประเทศและประชาคมโลก
		๑.๓ เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลักชองชาติ

กรอบแนวทาง	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
๒. การขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างมีประสิทธิภาพ	๑. ยกระดับการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ	๑.๑ พัฒนาแนวทางการบูรณาการและกลไกในการติดตามการบริหารราชการแผ่นดินให้มีประสิทธิภาพ
		๑.๒ สนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ
	๒. เพิ่มขีดความสามารถในการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างเป็นรูปธรรม	๒.๑ พัฒนาโครงสร้างและศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
		๒.๒ ส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้
๓. ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรมและทั่วถึง	๑.พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในสังคม	๑.๑ พัฒนามาตรการหรือแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพและสอดรับกับสถานการณ์ปัจจุบัน
		๑.๒ ส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
	๒ บูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม	๒.๑ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
		๒.๒ ผลักดันให้เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและยั่งยืน
		๒.๓ พัฒนางานบริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย
๔. พลิกโฉมการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนภารกิจรัฐบาลและสร้างการรับรู้ของประชาชน	๑.การประชาสัมพันธ์ของรัฐเข้มแข็ง สร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชน เกิดสังคมแห่งภูมิปัญญาและค่านิยมที่ดี	๑.๑ รับฟังเสียงสะท้อนของประชาชน เพื่อประกอบการกำหนดเนื้อหาการประชาสัมพันธ์สนับสนุนภารกิจภาครัฐ
		๑.๒ สร้างสังคมแห่งภูมิรู้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ
	๒.การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อต่อต้านข่าวปลอม และพัฒนาช่องทางและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน	๒.๑ การบริหารข้อมูลข่าวสารและการจัดการข่าวปลอม
		๒.๒ สร้างเครือข่ายและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เพื่อสร้างการรับรู้ที่เท่าทันให้แก่ประชาชน

แผนที่ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน. กปส. และ สคบ.) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ (Strategy Map)

วิสัยทัศน์

“เป็นศูนย์กลางการบูรณาการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินที่ทันสมัยอย่างเป็นเอกภาพและมีส่วนร่วม เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน”

พันธกิจ

- **๑. ส่งเสริมและเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ**
- **๒. ขับเคลื่อนภารกิจตามกฎหมายและนโยบายของรัฐสู่การปฏิบัติ**
- **๓. ส่งเสริม คุ้มครองสิทธิ และแก้ไขปัญหาของประชาชน**
- **๔. ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้การดำเนินงานของรัฐและสร้างภาพลักษณ์ของประเทศแก่สาธารณชน**

ประเด็นกรอบแนวทาง

- ๑. . การเสริมสร้างความมั่นคงของชาติด้านเอกลักษณ์ของชาติและความเข้าใจอันดีในสถาบันหลัก
- ๒. การขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างมีประสิทธิภาพ
- ๓. ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรมและทั่วถึง
- ๔. พลิกโฉมการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนภารกิจรัฐบาลและสร้างการรับรู้ของประชาชน

เป้าประสงค์

- ขับเคลื่อนภารกิจการเสริมสร้างด้านเอกลักษณ์ของชาติและสถาบันหลักเพื่อความมั่นคงของชาติ
- ๑. ยกระดับการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ
- ๒. เพิ่มขีดความสามารถในการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างเป็นรูปธรรม
- ๑. พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความเป็นธรรมในสังคม
- ๒. บูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
- ๑. การประชาสัมพันธ์ของรัฐเข้มแข็ง สร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชน เกิดสังคมแห่งภูมิปัญญาและค่านิยมที่ดี
- ๒. การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อต่อต้านข่าวปลอมและพัฒนาช่องทางและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน

กลยุทธ์

- ๑ ส่งเสริมการดำเนินโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ
- ๒ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติเพื่อสร้างการรับรู้ที่เหมาะสมให้กับประชาชนในประเทศและประชาคมโลก
- ๓ เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลักของชาติ
- ๑.๑ พัฒนาแนวทางการบูรณาการและกลไกในการติดตามการบริหารราชการแผ่นดินให้มีประสิทธิภาพ
- ๑.๒ สนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ
- ๒.๑ พัฒนาโครงสร้างและศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
- ๒.๒ ส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้
- ๑.๑ พัฒนามาตรการแนวทางและกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- ๑.๒ ส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
- ๒.๑ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- ๒.๒ ผลักดันให้เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและยั่งยืน
- ๒.๓ พัฒนางานบริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย
- ๑.๑ รับฟังเสียงสะท้อนของประชาชน เพื่อประกอบการกำหนดเนื้อหาการประชาสัมพันธ์สนับสนุนภารกิจภาครัฐ
- ๑.๒ สร้างสังคมแห่งภูมิรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ
- ๒.๑ การบริหารข้อมูลข่าวสารและการจัดการข่าวปลอม
- ๒.๒ สร้างเครือข่ายและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เพื่อสร้างการรับรู้ที่เท่าทันให้แก่ประชาชน

แผนงาน/โครงการสำคัญ

- แผนงานปลูกจิตสำนึกและสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทย
- การประชาสัมพันธ์เทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์
- การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ (ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์)
- การประชาสัมพันธ์สร้างการมีส่วนร่วมการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์
- แผนงานการจัดงานเฉลิมพระเกียรติและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์
- แผนงานการจัดงานพระราชพิธี รัฐพิธี ศาสนพิธี และกิจกรรมสำคัญประจำปี
- แผนงานขับเคลื่อนและสนับสนุนงานจิตอาสา
- แผนงานการตรวจราชการแบบบูรณาการ
- แผนงานการตรวจราชการเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสำคัญของรัฐบาล
- แผนงานเพิ่มขีดสมรรถนะในการกำกับและติดตามการปฏิบัติราชการในภูมิภาคของรองนายกรัฐมนตรี
- แผนงานส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายอำนาจสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- แผนงานส่งเสริมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของราชการ
- แผนงานสนับสนุนและพัฒนาศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล
- แผนงานส่งเสริมการยกระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน
- แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
- แผนงานพัฒนาโครงสร้างและขับเคลื่อนภารกิจพื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของหน่วยงาน
- แผนงานส่งเสริมธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในหน่วยงานภาครัฐ
- แผนงานพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
- แผนงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค
- แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- แผนงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค
- แผนงานสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง
- แผนงานดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- โครงการสำรวจความคิดเห็นและรับฟังความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชน
- โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมและขยายผลนโยบายภาครัฐและเรื่องสื่อสารสำคัญของประเทศ
- โครงการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียนและด้านต่างประเทศ
- โครงการบริหารจัดการข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์
- โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสาธารณประโยชน์
- พัฒนาสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ระดับภูมิภาค ๔ ภาค (ทีวีภูมิภาค)
- แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

แผนที่ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน. กปส. และ สคบ.) พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ กับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ และนโยบายรัฐบาล

ยุทธศาสตร์ชาติ

- ด้านที่ ๑ ความมั่นคง
- ด้านที่ ๒ การแข่งขันฯ
- ด้านที่ ๓ สร้างศักยภาพฯ
- ด้านที่ ๔ การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม
- ด้านที่ ๕ สิ่งแวดล้อม
- ด้านที่ ๖ การปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

- **ประเด็นที่ ๑** ความมั่นคง
- **ประเด็นที่ ๑๐** กาปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม
- **ประเด็นที่ ๑๗** ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม
- **ประเด็นที่ ๒๐** การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๓

- **หมุดหมาย (รอง) ๙** ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคม ที่เพียงพอ เหมาะสม
- **หมุดหมาย (รอง) ๑๒** ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต
- **หมุดหมาย (หลัก) ๑๓** ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพและตอบโจทย์ประชาชน

นโยบายรัฐบาล

- **ด้านที่ ๑** การปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์
- **ด้านที่ ๗** การพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก
- **ด้านที่ ๑๑** การปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ
- **ด้านที่ ๑๒** การป้องกันและปราบปรามการทุจริตฯ
- **นโยบายเร่งด่วน** เรื่องที่ ๑ การแก้ไขปัญหาในการดำรงชีวิตของประชาชน
- **นโยบายเร่งด่วน** เรื่องที่ ๑๐ การพัฒนาระบบการให้บริการประชาชน

พันธกิจ

- **๑. ส่งเสริมและเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ**
- **๒. ขับเคลื่อนภารกิจตามกฎหมายและนโยบายของรัฐสู่การปฏิบัติ**
- **๓. ส่งเสริม คุ้มครองสิทธิ และแก้ไขปัญหาของประชาชน**
- **๔. ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้การดำเนินงานของรัฐและสร้างภาพลักษณ์ของประเทศแก่สาธารณชน**

ประเด็นกรอบแนวทาง

- ๑.การเสริมสร้างความมั่นคงของชาติด้านเอกลักษณ์ของชาติและความเข้าใจอันดีในสถาบันหลัก
- ๒. การขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างมีประสิทธิภาพ
- ๓. ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรมและทั่วถึง
- ๔. พลิกโฉมการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนภารกิจรัฐบาลและสร้างการรับรู้ของประชาชน

กลยุทธ์

- ๑ ส่งเสริมการดำเนินโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ
- ๒ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติเพื่อสร้างการรับรู้ที่เหมาะสมให้กับประชาชนในประเทศและประชาคมโลก
- ๓ เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลักของชาติ
- ๑.๑ พัฒนาแนวทางการบูรณาการและกลไกในการติดตามการบริหารราชการแผ่นดินให้มีประสิทธิภาพ
- ๑.๒ สนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ
- ๒.๑ พัฒนาโครงสร้างและศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
- ๒.๒ ส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้
- ๑.๑ พัฒนามาตรการแนวทางและกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- ๑.๒ ส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
- ๒.๑ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- ๒.๒ ผลักดันให้เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและยั่งยืน
- ๒.๓ พัฒนางานบริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย
- ๑.๑ รับฟังเสียงสะท้อนของประชาชน เพื่อประกอบการกำหนดเนื้อหาการประชาสัมพันธ์สนับสนุนภารกิจภาครัฐ
- ๑.๒ สร้างสังคมแห่งภูมิรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ
- ๒.๑ การบริหารข้อมูลข่าวสารและการจัดการข่าวปลอม
- ๒.๒ สร้างเครือข่ายและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เพื่อสร้างการรับรู้ที่เท่าทันให้แก่ประชาชน

บทที่ ๑

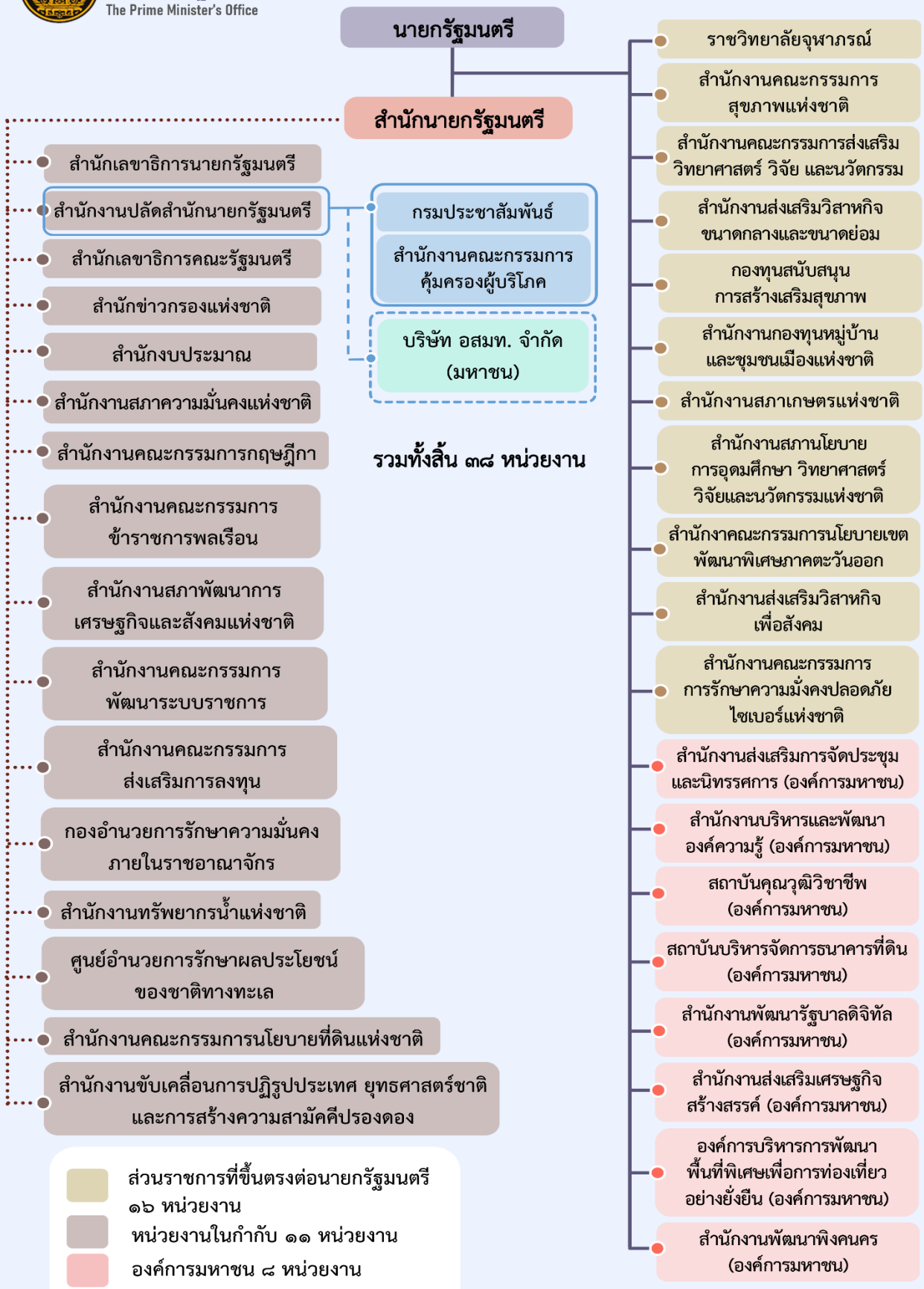
ข้อมูลพื้นฐานองค์กร

สำนักนายกรัฐมนตรี

สำนักนายกรัฐมนตรีจัดเป็นราชการส่วนกลางมีฐานะเป็นกระทรวง และมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๓๔ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๔๕ มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕ เกี่ยวกับราชการทั่วไปของนายกรัฐมนตรีและคณะรัฐมนตรี รับผิดชอบการบริหารราชการทั่วไป เสนอแนะนโยบายและวางแผนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความมั่นคง และราชการเกี่ยวกับงบประมาณ ระบบราชการ การบริหารงานบุคคล กฎหมายและการพัฒนากฎหมาย การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติราชการ การปฏิบัติภารกิจพิเศษและราชการอื่นตามที่มีกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักนายกรัฐมนตรีหรือส่วนราชการที่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีหรือมิได้อยู่ภายในอำนาจหน้าที่ของกระทรวงใดโดยเฉพาะ โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นผู้บังคับบัญชาข้าราชการและรับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และผลสัมฤทธิ์ของงานในสำนักนายกรัฐมนตรีให้สอดคล้องกับนโยบายที่แถลงไว้ต่อรัฐสภาหรือที่คณะรัฐมนตรีกำหนด หรืออนุมัติและรับผิดชอบในการปฏิบัติราชการของสำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นผู้ช่วยสั่งและปฏิบัติราชการ มีปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีรับผิดชอบควบคุมราชการประจำในสำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีรองปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีและผู้ช่วยปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นผู้ช่วยสั่งและปฏิบัติราชการ และมีผู้ตรวจราชการสำนักนายกรัฐมนตรีรับผิดชอบการตรวจราชการเกี่ยวกับการปฏิบัติราชการของหน่วยงานของรัฐและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในฐานะผู้สอดส่องดูแลแทนคณะรัฐมนตรี นายกรัฐมนตรี รองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ปัจจุบันสำนักนายกรัฐมนตรีมีหน่วยงานรวม ๓๘ หน่วยงาน ได้แก่ ส่วนราชการที่ขึ้นตรงต่อนายกรัฐมนตรี จำนวน ๑๖ หน่วยงาน ส่วนราชการที่ขึ้นตรงต่อปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน ๒ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ จำนวน ๑ หน่วยงาน หน่วยงานในกำกับ ๑๑ หน่วยงาน และองค์การมหาชน ๘ หน่วยงาน ดังนี้

สำนักนายกรัฐมนตรี
The Prime Minister's Office

โครงสร้างสำนักนายกรัฐมนตรี



ข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน ๒๕๖๕

สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

อำนาจหน้าที่

สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี มีภารกิจเกี่ยวกับราชการประจำทั่วไปของนายกรัฐมนตรี และสำนักนายกรัฐมนตรี การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติราชการ การปฏิบัติภารกิจพิเศษ และราชการที่คณะรัฐมนตรีมิได้กำหนดให้เป็นหน้าที่ของกรมใดกรมหนึ่งในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีโดยเฉพาะ รวมทั้งกำกับและเร่งรัดการปฏิบัติราชการของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีให้เป็นไปตามนโยบาย แนวทาง และแผนการปฏิบัติราชการของสำนักนายกรัฐมนตรี ยกเว้นราชการของส่วนราชการที่อยู่ในบังคับบัญชาขึ้นตรงต่อนายกรัฐมนตรี โดยให้มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

๑. กำหนดแนวทางและแผนปฏิบัติราชการของสำนักนายกรัฐมนตรีให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายรัฐบาล และนโยบายของนายกรัฐมนตรี รวมทั้งติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี

๒. อำนวยการ ประสานงาน กำกับ ติดตามผล การจัดงานเฉลิมพระเกียรติ งานกิจการพิเศษตามที่คณะรัฐมนตรีหรือนายกรัฐมนตรีมอบหมาย

๓. ดำเนินการเกี่ยวกับกฎหมายและระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี หรือปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นผู้รักษาการ หรืออยู่ในอำนาจหน้าที่ของนายกรัฐมนตรี หรือสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นเจ้าของเรื่อง รวมทั้งกฎหมายและระเบียบอื่นที่เกี่ยวข้อง

๔. ดำเนินการเกี่ยวกับการตรวจราชการของผู้ตรวจราชการสำนักนายกรัฐมนตรี ตรวจสอบ ติดตาม ประเมินผลสัมฤทธิ์ ส่งเสริมพัฒนาการตรวจราชการ ประสานการตรวจราชการและการจัดระบบข้อมูลส่วนราชการ รวมทั้งเร่งรัดและติดตามผลการปฏิบัติงานของหน่วยงาน กรณีเงินขาดบัญชีหรือเจ้าหน้าที่ทุจริตในทางการเงิน

๕. ดำเนินการตามระเบียบเกี่ยวกับการกำกับและติดตามการปฏิบัติราชการในภูมิภาค

๖. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๗. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ

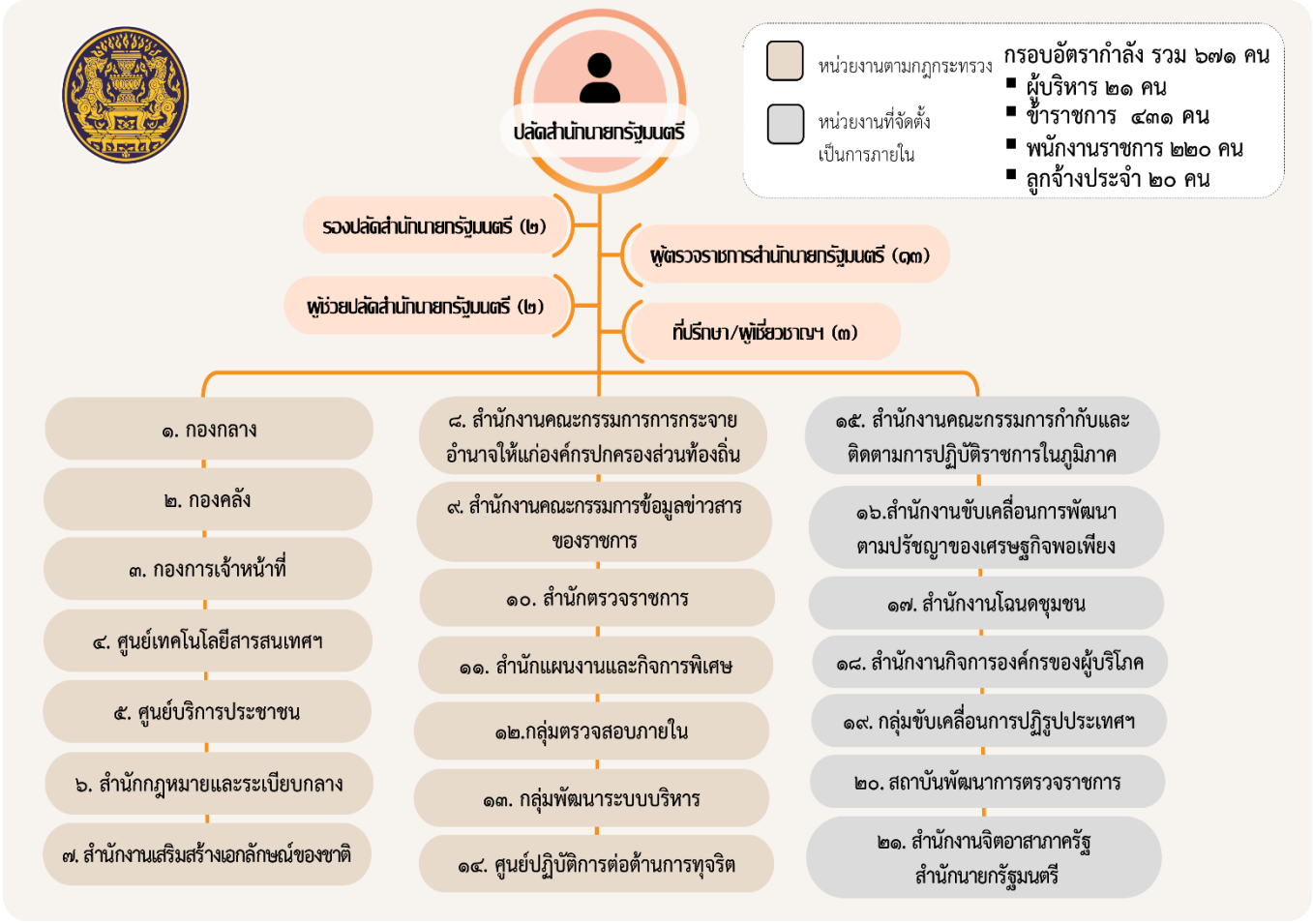
๘. เป็นศูนย์บริการประชาชน โดยรับเรื่องราวร้องทุกข์ ประมวลข้อเท็จจริง ติดตามผลและเสนอความเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่ประชาชนร้องทุกข์หรือร้องเรียน ตลอดจนปัญหาความเดือดร้อนอื่นของประชาชนเพื่อประกอบการพิจารณาสั่งการของนายกรัฐมนตรี

๙. ดำเนินการเกี่ยวกับงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ

๑๐. บริหารจัดการเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของสำนักนายกรัฐมนตรี

๑๑. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี หรือตามที่นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

โครงสร้างหน่วยงาน



ข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน ๒๕๖๕

กรมประชาสัมพันธ์

อำนาจหน้าที่

กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐบาลกับประชาชน ตลอดจนระหว่างประชาชนด้วยกัน โดยวิธีการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ข้อเท็จจริงและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อเสนอรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่สร้างความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและหน่วยราชการต่าง ๆ กับประชาชน ตามแนวทางที่ถูกที่ควรในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข โดยมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

๑. ศึกษา วิเคราะห์ สำรวจและตรวจสอบประชามติเพื่อเสนอแนะนโยบายและจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของรัฐ รวมทั้งติดตามประเมินผลและรายงานการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

๒. ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ศีลธรรมและค่านิยมที่ดี

๓. ดำเนินการประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีความมั่นคงของประเทศ และเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์อันดีกับต่างประเทศ

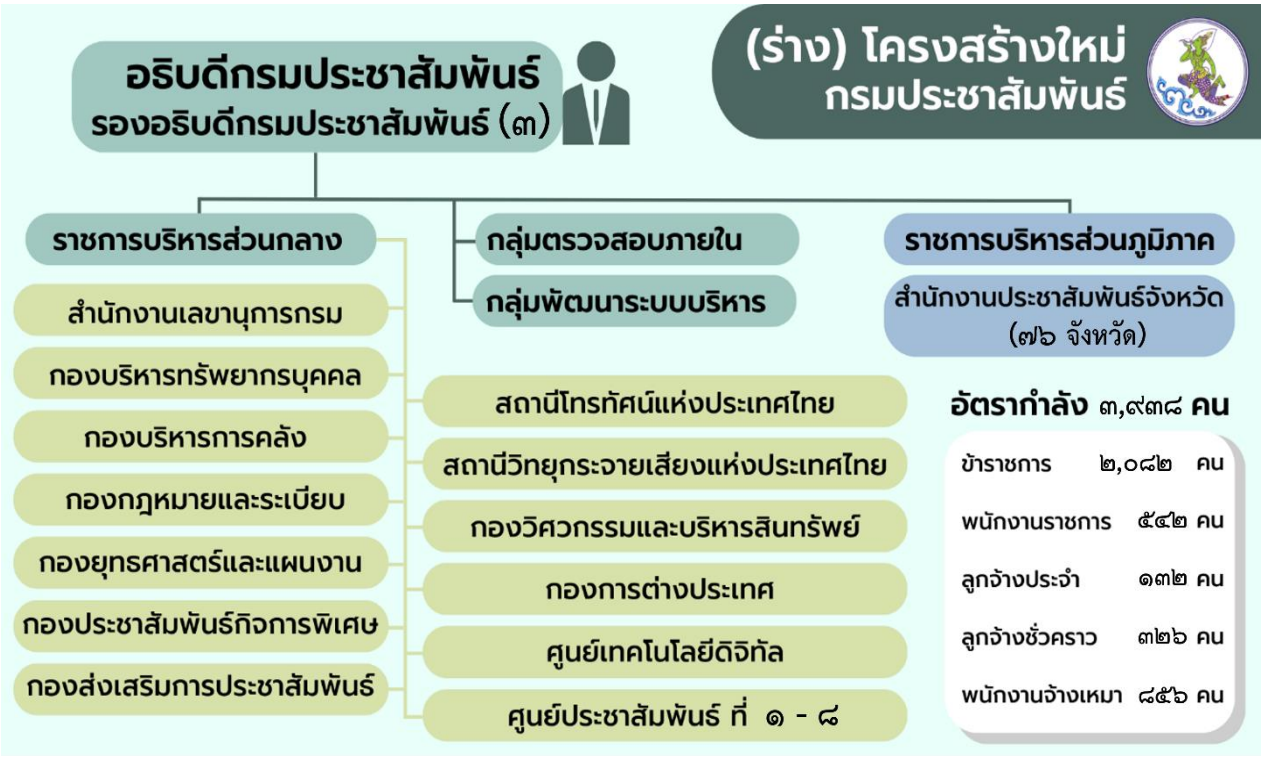
๔. ให้คำปรึกษาและประสานการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสนับสนุนและให้การช่วยเหลือทางวิชาการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

๕. ผลิต เผยแพร่ ให้บริการเอกสารและสื่อโสตทัศนศึกษา รวมทั้งจัดทำข้อมูลสารสนเทศและประสานความร่วมมือด้านประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน

๖. ดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสื่อใหม่ในทุกช่องทาง

๗. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

โครงสร้างหน่วยงาน



ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม ๒๕๖๕

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

อำนาจหน้าที่

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานรัฐซึ่งมีฐานะเทียบเท่ากรมสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๖ โดยมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

๑. รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่อง มาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ

๒. ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใด ๆ ตามที่เห็น สมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

๓. ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมและการรวมตัวกันของผู้บริโภคในการจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภค และส่งเสริมองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาสิทธิของผู้บริโภคตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

๔. แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

๕. สนับสนุนหรือทำการศึกษาและวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น

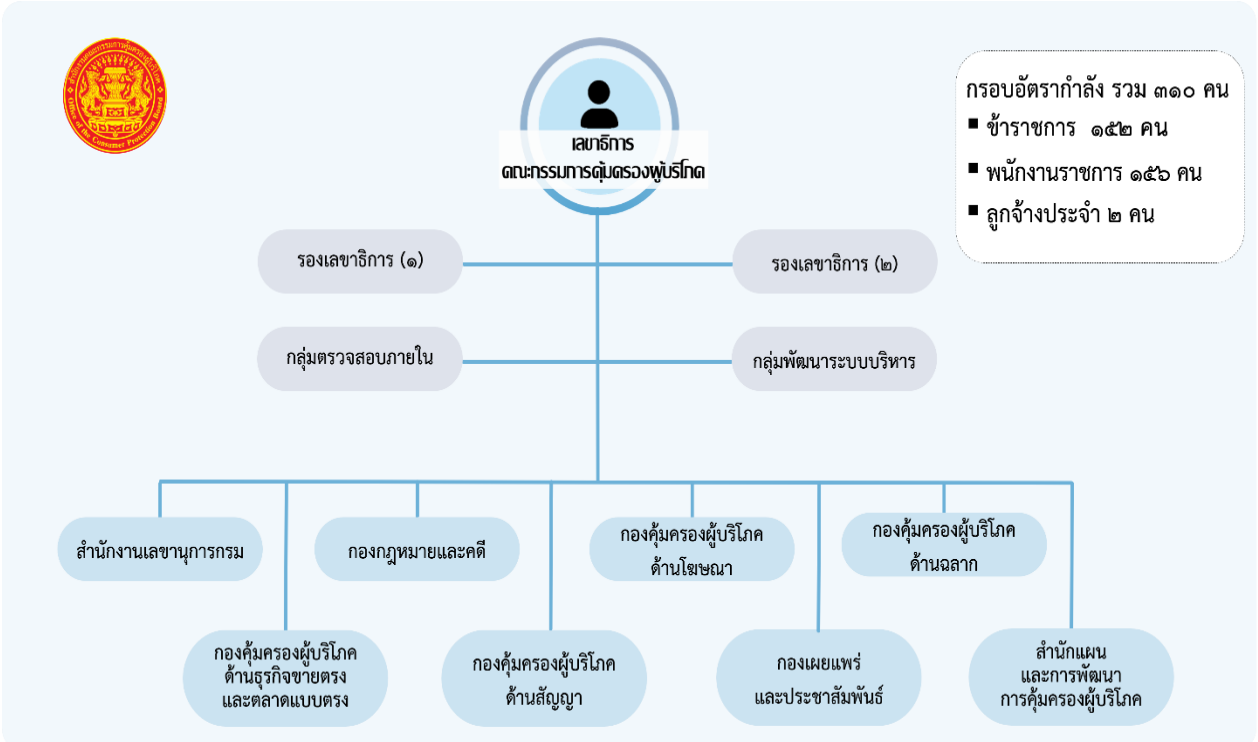
๖. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ

๗. ดำเนินการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมพลานามัย ประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

๘. ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริมหรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ

๙. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมาย

โครงสร้างหน่วยงาน



ข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน ๒๕๖๕

บทที่ ๒

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

บริบทแนวโน้มของโลก (Global Megatrends)

การพัฒนาในด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในห้วงที่ผ่านมา เป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก และบริบทการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบันย่อมส่งผลกระทบต่อทุกประเทศ เช่นเดียวกับประเทศไทย ดังนั้น การศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้น จึงมีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดบทบาทการดำเนินนโยบายของไทยและหน่วยงานของรัฐในอนาคต ซึ่งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสำคัญ ดังนี้

๑. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างก้าวกระโดด โดยมุ่งเน้นการต่อยอดผสมผสานเทคโนโลยีต่างสาขาเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้วิถีชีวิตการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในหลากหลายมิติ อาทิ การใช้ระบบอัตโนมัติในกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิต การใช้นาโนเทคโนโลยีและวัสดุสมัยใหม่ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของภาคการผลิต และความก้าวหน้าดังกล่าวส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงและพลวัตรการพัฒนาของอนาคตอย่างพลิกผัน อันนำมาซึ่งโอกาสสำคัญทั้งทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมสำหรับผู้ที่มีศักยภาพที่สามารถนำแนวโน้มดังกล่าวประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม หากแต่ในทางกลับกัน ผู้ที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน อาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงได้

๒. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร

องค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าภายในปี พ.ศ. ๒๕๙๓ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ ๖๕ ปีขึ้นไปจะเพิ่มสูงขึ้นและอาจมีจำนวนมากถึง ๑.๕ พันล้านคน และประชากรวัยแรงงานมีแนวโน้มที่จะลดลงทั่วโลก โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หากแต่แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจสามารถสร้างโอกาสทางด้านเศรษฐกิจได้ อาทิ ธุรกิจเกี่ยวกับยาและเวชภัณฑ์ อาหารเพื่อสุขภาพ ธุรกิจบริการสุขภาพ บริการทางการแพทย์ และศูนย์พักพิงผู้สูงอายุ หรือนวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ

๓. อนาคตของงาน

งานบางประเภทอาจหายไปและเกิดงานประเภทใหม่ เนื่องจากการมีนำเทคโนโลยีเข้ามาทดแทนการทำงานของมนุษย์ โดยอาจเกิดการจ้างงานในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการเพิ่มมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมทางสังคม คนยุคใหม่มีแนวโน้มย้ายถิ่นฐานและเปลี่ยนงานมากขึ้น รวมถึงมีค่านิยมในการดำรงชีวิตเปลี่ยนไป เช่น การให้ความสำคัญกับการศึกษามากขึ้น มีแนวคิดครอบครัวเดียว มีความต้องการใช้ชีวิตตัวคนเดียวโดยสามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น เป็นต้น

๔. การดูและรักษาสุขภาพและการรักษาพยาบาล

ประชากรมีความรู้ความเข้าใจด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้นจากการศึกษาและความแพร่หลายของสื่อออนไลน์จึงเกิด***กระแสความตระหนักในการดูแลสุขภาพในเชิงป้องกัน*** อันนำไปสู่ความต้องการอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงอุปกรณ์ด้านการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น แม้จะมีการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันที่มากขึ้นแต่***กระแสการป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง***ก็เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากพฤติกรรมในการใช้ชีวิตของสังคมเมืองตลอดจนการเผชิญมลพิษจากการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จึงก่อให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังต่าง ๆ มากขึ้น อาทิ โรคหลอดเลือดในสมอง โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง ซึ่งข้อมูลจาก World Health Organization (WHO) ระบุว่าสถิติผู้เสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังมีมากถึง ร้อยละ ๗๑ ของประชากรทั่วโลก หากแต่ผลจากการพัฒนาเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นนั้นได้ส่งผลถึง***ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการรักษาพยาบาล*** เพื่อช่วยในการเฝ้าระวังและพัฒนาการรักษาพยาบาลที่ดียิ่งขึ้น เช่น อุปกรณ์สำหรับสวมใส่ที่มีเซ็นเซอร์ในการตรวจวัดความดัน วัดระดับน้ำตาลในน้ำเลือด และคลื่นไฟฟ้าหัวใจ เป็นต้น

๕. การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ

การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงขึ้น โดยองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD) คาดการณ์ว่าอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกอาจเพิ่มสูงขึ้นจากระดับอุณหภูมิก่อนยุคอุตสาหกรรมถึง ๑.๕ องศาเซลเซียส ภายใน พ.ศ. ๒๕๗๓ - ๒๕๙๕ ส่งผลให้หลายภูมิภาคต้องเผชิญกับความผันผวนของภูมิอากาศในระดับความรุนแรงที่มากขึ้นและบ่อยครั้งขึ้น อาทิ คลื่นความร้อน ภาวะฝนทิ้งช่วง ภัยแล้ง และพายุ ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นจะสร้างความเสียหายทั่วโลก โดยภายใน พ.ศ. ๒๖๐๓ จะสร้างความเสียหายมีมูลค่าถึงร้อยละ ๑.๐ - ๓.๓ ของผลผลิตมวลรวมของโลก และภายใน พ.ศ. ๒๖๔๓ มูลค่าความเสียหายจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒.๐ - ๑๐.๐ ภายใน พ.ศ. ๒๖๔๓ หากไม่มีการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจะสร้างความเสียหายต่อภาคการเกษตรมากกว่าภาคการผลิตอื่น อาทิ ปริมาณผลผลิตลดลง ระยะเวลาให้ผลผลิตเปลี่ยนช่วงเวลาไป ในบางที่อาจเกิดปัญหาน้ำท่วม หรือน้ำทะเลหนุน นอกจากนี้ ยังส่งผลต่อการแพร่ระบาดของโรคตามฤดูกาลมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น และเป็นปัจจัยเสริมให้เกิดโรคอุบัติใหม่ โรคอุบัติซ้ำในหลายพื้นที่ของโลกได้ เนื่องจากอากาศร้อนทำให้พาหะนำโรคติดต่อบางชนิดเพิ่มจำนวนเร็วขึ้น โดยเฉพาะยุง แมลงวัน และหนู ซึ่งการแพร่ระบาดของโรคมีผลกระทบต่อสังคม ดังนั้น ทั่วโลกจึงมี***ความพยายามในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก*** ตามความตกลงปารีสที่ประเทศภาคีสมาชิกอนุสัญญากรอบการทำงานแห่งสหประชาชาติ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) จำนวน ๑๙๗ ประเทศ ได้มีมติเห็นชอบร่วมกันที่จะจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลก โดยในปี พ.ศ. ๒๕๙๓ จะต้องลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิของโลกลงเป็นศูนย์ ในส่วนของประเทศไทยได้มีการพยายามผลักดัน BCG ซึ่งเป็นโมเดลทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการประชุมผู้นำเขตเศรษฐกิจเอเปค

๖. ผลกระทบจากสงครามความขัดแย้งระหว่างประเทศ

ความขัดแย้งระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นของรัสเซียและยูเครน และการคว่ำบาตรของสหภาพยุโรปต่อสาธารณรัฐรัสเซียส่งผลกระทบในลักษณะห่วงโซ่มูลค่าของทุกภาคส่วนทั่วโลก อาทิ เกิดวิกฤติพลังงานที่ราคาสูงขึ้นกระทบต่อภาคการผลิตและภาคการส่งออกของหลายประเทศ สภาวะเงินเฟ้อส่งผลให้หลายประเทศประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจและมีหนี้สาธารณะเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ในอนาคตมีแนวโน้มว่าประเทศจีนจะมีขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดของโลกและอาจมีบทบาทในการกำหนดระเบียบเศรษฐกิจการเมืองโลกมากขึ้น และอาจเกิดความขัดแย้งกับขั้วอำนาจดั้งเดิมอย่างสหรัฐอเมริกาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

บริบทการเปลี่ยนแปลงของไทยจากสถานการณ์โควิด-๑๙

ประเทศไทยและทั่วโลกได้เผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ หรือ โควิด-19 ซึ่งการแพร่ระบาดดังกล่าวนำมาสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของประชาชน และการปรับตัวของภาคธุรกิจเอกชน รวมถึงหน่วยงานของรัฐ โดยมีบริบทการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

๑. สังคมเปลี่ยนเข้าสู่ชีวิตวิถีใหม่ จากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้คนในสังคมมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตในรูปแบบชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) เพื่อลดความเสี่ยงจากการสัมผัสใกล้ชิดระหว่างกันในสังคม โดยการดำเนินความสัมพันธ์ของชีวิตวิถีใหม่จะเชื่อมโยงระหว่างบุคคลด้วยรูปแบบออนไลน์มากขึ้น ทั้งการใช้จ่ายของครัวเรือน การทำงานในลักษณะ Work from home การเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบการร่วมงานในรูปแบบภาพเสมือน ซึ่งชีวิตวิถีใหม่ที่ดังกล่าวจะเป็นบรรทัดฐานการดำเนินชีวิตของคนในยุคดิจิทัลต่อไป

๒. สถานการณ์โควิดเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเศรษฐกิจและสังคมเข้าสู่ดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยพยายามผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล โดยในภาคส่วนของราชการ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้กำหนดให้ราชการปรับตัวเข้าสู่ราชการ ๔.๐ อาทิ การพัฒนารูปแบบการให้บริการเป็นแบบดิจิทัลที่สอดรับกับความต้องการของผู้รับบริการและสามารถรับบริการได้ในทุกสถานที่ ทุกเวลา ซึ่งสถานการณ์โควิด-19 เป็นตัวเร่งให้หน่วยงานราชการและประชาชนเกิดการปรับตัวเพื่อให้สอดรับกับสังคมวิถีใหม่ และเกิดการนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มมากขึ้น

๓. แรงงานนอกระบบ อาทิ ผู้ประกอบการอิสระ และแรงงานแพลตฟอร์มขาดหลักประกันทางสังคม จากงานวิจัยเพื่อศึกษาสภาพการทำงานของแรงงานแพลตฟอร์ม โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้สำรวจกลุ่มแรงงานแพลตฟอร์ม ในกรุงเทพมหานคร-ปริมณฑล และต่างจังหวัด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการจ้างงานใน ๓ กลุ่ม คือ (๑) กลุ่มขับขี่ยานพาหนะรับจ้าง (๒) กลุ่มบริการรับ-ส่งอาหาร (๓) กลุ่มรับจ้างทำงานบ้าน ซึ่งจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้แรงงานบางอาชีพที่ขาดรายได้ จึงมีการผันตัวเป็นแรงงานแพลตฟอร์มเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการจ้างงานแพลตฟอร์มที่เกิดขึ้น ยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองชัดเจน

๔. ภาวะการเรียนรู้ถดถอย จากข้อจำกัดของการเรียนออนไลน์และมีเด็กบางส่วนหลุดออกจากระบบการศึกษา เนื่องจากข้อจำกัดในการเข้าถึงระบบการศึกษาแบบออนไลน์ โดยนักเรียนหลายคนยังขาดแคลนอุปกรณ์อินเทอร์เน็ต หรือสภาพแวดล้อมในบ้านที่ไม่เอื้อต่อการเรียน นอกจากนี้ การจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์อาจไม่เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากบางทักษะมีความเฉพาะเจาะจง เช่น ทักษะฝีมือ การทดลองทางวิทยาศาสตร์ รวมถึงปัจจัยด้านความพร้อมของโรงเรียนและครูที่มีความแตกต่างกันสูง จึงส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ของเด็กแตกต่างกันด้วย

๕. จำนวนคนยากจนเพิ่มสูงขึ้น โดยเพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๖๒ ประมาณ ๑.๕ ล้านคน จากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้หลายครัวเรือนในประเทศไทยประสบปัญหารายได้ที่ลดลง แม้บางครัวเรือนรายได้ลดลงจำนวนไม่มาก หากแต่สถานการณ์ดังกล่าว กลับต้องมีการใช้จ่ายที่จำเป็นเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะด้านเวชภัณฑ์ และการตรวจรักษาพยาบาล รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา อาทิ อุปกรณ์การเรียนเพื่อให้เด็กสามารถเรียนออนไลน์ได้

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)

สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ซึ่งประกอบด้วยภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานราชการส่วนกลาง

ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น หน่วยงานในสังกัดกรุงเทพมหานคร ภาคเอกชนและประชาสังคม ประชาชน เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องทั้งในเชิงภารกิจ หรือรู้จักสำนักนายกรัฐมนตรี ได้แสดงความคิดเห็นและสะท้อนมุมมองในฐานะผู้ที่อยู่ภายนอกองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงมุมมองความคิดจากหลากหลายภาคส่วน และเป็นประโยชน์ในการจัดทำแผนปฏิบัติราชการของสำนักนายกรัฐมนตรีฉบับดังกล่าวมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ รวมถึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ของหน่วยงานในสำนักนายกรัฐมนตรี ได้แก่ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา องค์กรภาคเอกชน และภาคประชาชน ซึ่งได้จัดส่งแบบสำรวจความคิดเห็นผ่านทางระบบออนไลน์ และการตอบแบบสำรวจผ่านเอกสาร ตั้งแต่วันที่ ๒๔ ธันวาคม ๒๕๖๔ ถึงวันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ ซึ่งผลปรากฏว่า**มีผู้ตอบแบบสำรวจจำนวนทั้งสิ้น ๔๘๔ ราย** โดยภาพรวมพบว่าทั้ง ๓ หน่วยงาน มีภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงมีประสิทธิภาพในการดำเนินภารกิจ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ ๖๐ นอกจากนี้การดำเนินภารกิจในภาพรวมของทั้ง ๓ หน่วยงาน (รายภารกิจ) พบว่ายังคงได้รับความไว้วางใจจากประชาชน ซึ่งจากค่าคะแนนเฉลี่ยผู้ตอบแบบสำรวจมีความพึงพอใจในรายภารกิจของทุกหน่วยงานอยู่ในระดับที่ดี รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในระดับดีมาก พึงพอใจในระดับปานกลาง และไม่พึงพอใจหรือควรปรับปรุงการดำเนินงาน ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสำรวจยังให้ความเห็นเพิ่มเติมในประเด็นที่คาดหวัง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานในการกำหนดทิศทางขององค์กรในอนาคต อาทิ

- **สำนักนายกรัฐมนตรี** ผู้ตอบแบบสำรวจมีความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานขับเคลื่อนการทำงานในเชิงรุกและดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว ควรเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอนโยบาย
- **สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี** ผู้ตอบแบบสำรวจมีความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานต้นแบบในการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น และขับเคลื่อนงานตามนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างเครือข่ายการทำงานที่เข้มแข็ง และเป็นศูนย์กลางข้อมูลสำคัญของรัฐบาลให้กับหน่วยงานอื่นได้
- **กรมประชาสัมพันธ์** ผู้ตอบแบบสำรวจมีความคาดหวังให้เป็นหน่วยงานต้นแบบด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ ด้วยการนำใช้เทคโนโลยี และการออกแบบการบริหารทิศทางของการสื่อสารภายในประเทศสอดรับกับบริบทในปัจจุบันและอนาคต และนำเสนออย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์
- **สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค** ผู้ตอบแบบสำรวจมีความคาดหวังให้หน่วยงาน ดำเนินการเชิงรุก ตอบสนองการร้องเรียน แก้ไขปัญหาประชาชนอย่างรวดเร็ว สร้างความเป็นธรรมให้ผู้บริโภค

จากภาพรวมสรุปได้ว่า แม้ภาพลักษณ์ในปัจจุบันของหน่วยงานในสายตาของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ตลอดจนประชาชนทั่วไป ส่วนใหญ่ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี (มากกว่าร้อยละ ๖๐) แต่ในเรื่องของการดำเนินภารกิจยังคงต้องมีการปรับปรุงและทบทวนบทบาทในการดำเนินภารกิจอันเนื่องมาจากสถานการณ์ที่แปลงแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเสียงสะท้อนจากผลการสำรวจความคิดเห็นในครั้งนี้เป็นสิ่งที่สมควรนำไปพิจารณาต่อยอดในการจัดทำแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๕ – ๒๕๗๐ ในส่วนที่เกี่ยวข้องให้บรรลุผลสัมฤทธิ์สูงสุดต่อไป ดังมีรายละเอียดดังนี้

๑. ประเภทของผู้ตอบแบบสำรวจ

จากผลการสำรวจ ณ วันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ ซึ่งเป็นวันสุดท้ายที่ปิดรับข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ของสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งมีผู้ตอบแบบสำรวจเข้ามาทั้งสิ้น**จำนวน ๔๘๔ ราย** ซึ่งถือว่าเกินกว่าจำนวนเป้าหมายที่ตั้งไว้ ๑๕๔ ราย หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๔๖.๖๗ โดยมีจำนวนสัดส่วนประเภทของผู้ตอบแบบสำรวจแสดงในภาพรวมตามลำดับ

๒. สำนักนายกรัฐมนตรี

๒.๑ ภาพลักษณ์ของสำนักนายกรัฐมนตรีในปัจจุบัน

จากผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่เห็นว่าสำนักนายกรัฐมนตรีมีภาพลักษณ์ที่อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ ๖๙.๐๑ ซึ่งผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ระบุความสำคัญตามสัดส่วนของข้อมูล ดังนี้ เป็นหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ เป็นหน่วยงานบูรณาการที่ขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาล เป็นหน่วยงานที่มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีบทบาทในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนได้ ตามลำดับ รองลงมาคือมีภาพลักษณ์ที่อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๕๓ อยู่ในระดับที่ควรปรับปรุง คิดเป็นร้อยละ ๙.๗๑ และ ไม่มีความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ ๔.๗๕ ตามลำดับ

๒.๒ ประสิทธิภาพในการดำเนินภารกิจของสำนักนายกรัฐมนตรีในปัจจุบัน

จากผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจเห็นว่าการดำเนินภารกิจของสำนักนายกรัฐมนตรีในปัจจุบันสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๕๓ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพคือ การบูรณาการทำงานขับเคลื่อนการบริหารราชการได้อย่างเป็นเอกภาพ รองลงมาคือ ปฏิบัติหน้าที่และภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดผลสัมฤทธิ์ตามนโยบายของรัฐบาล และมีการทำงานอย่างเป็นระบบเป็นที่ยอมรับของทุกภาคส่วน ตามลำดับ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสำรวจเห็นว่ามีประสิทธิภาพระดับหนึ่งและหรือต้องมีการปรับปรุงการดำเนินงานในบางภารกิจ คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๖๗ ไม่มีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๔๐ และไม่มีความเห็น คิดเป็นร้อยละ ๖.๔๐ ตามลำดับ

๒.๓ ความคาดหวังในการดำเนินบทบาทของสำนักนายกรัฐมนตรีในอนาคต

จากผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจมีความคาดหวังต่อบทบาทหรือทิศทางการดำเนินภารกิจของสำนักนายกรัฐมนตรีในอนาคต ๕ อันดับแรกที่มีผู้แสดงความคิดเห็นมากที่สุด ดังนี้

ประเด็นความคาดหวัง	ร้อยละ
๑. <u>เป็นหน่วยงานที่มีการทำงานเชิงรุกและรวดเร็ว</u> ต้องการให้หน่วยงานมีการขับเคลื่อนการทำงานในเชิงรุกและดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว ควรเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอนโยบายหรือแนวทางการดำเนินงานด้านการบริหารราชการแผ่นดินให้กับรัฐบาล และควรขับเคลื่อนการกระจายอำนาจอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดการดำเนินภารกิจของรัฐที่เกิดประสิทธิภาพ	๒๑.๒๘

ประเด็นความคาดหวัง	ร้อยละ
๒. <u>เป็นหน่วยงานที่มุ่งเน้นการบูรณาการ</u> ต้องการให้หน่วยงานเน้นการบูรณาการเพื่อเป็นศูนย์กลางในขับเคลื่อนภารกิจของรัฐบาล โดยมุ่งเน้นการบูรณาการการทำงานอย่างมีแบบแผน ครอบคลุมหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน	๑๘.๑๘
๓. <u>เน้นประชาชนและการมีส่วนร่วม</u> ควรเป็นหน่วยงานที่คำนึงถึงประชาชนเป็นหลัก มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาประชาชนที่ได้ตรงประเด็น รวดเร็ว และเป็นธรรม เปิดโอกาสให้ภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินภารกิจของหน่วยงานเพิ่มมากขึ้น	๑๓.๖๔
๔. <u>เน้นการใช้เทคโนโลยี</u> การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานให้สอดคล้องปัจจุบัน คาดหวังให้หน่วยงานขับเคลื่อนภารกิจ โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี การวิเคราะห์ฐานข้อมูลเพื่อให้การติดตามและขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ต้องการให้หน่วยงานปรับกระบวนการทำงาน ระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้สอดรับกับการเปลี่ยนทางเทคโนโลยี ควรประยุกต์ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาสนับสนุนการทำงานในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ให้มากยิ่งขึ้น	๑๑.๑๖
๕. <u>เน้นการดำเนินงานตามกฎหมายและขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิผล</u> ควรให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนภารกิจตามกฎหมายก่อนเป็นสำคัญ รองลงมาคือนโยบายของรัฐบาล ทั้งนี้ ในการขับเคลื่อนนโยบายและข้อสั่งการต่าง ๆ ควรมีความชัดเจน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินการได้ และควรพิจารณาในเรื่องความซ้ำซ้อนของภารกิจเพื่อลดภาระงานที่ไม่จำเป็น	๙.๓๐

๓. สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

๓.๑ ภาพลักษณ์ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีในปัจจุบัน

จากผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจ จำนวน ๒๕๙ ราย เห็นว่ามีภาพลักษณ์ที่อยู่ในระดับดี ร้อยละ ๗๕.๖๘ มีภาพลักษณ์ที่ควรปรับปรุง ร้อยละ ๑๐.๔๒ มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ ๗.๓๔ และไม่มีความเห็น ร้อยละ ๖.๕๖ ตามลำดับ

๓.๒ บทบาทและการดำเนินภารกิจของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีตรีในปัจจุบัน

จากผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่เห็นว่าการดำเนินภารกิจบทบาทและการดำเนินภารกิจของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีในปัจจุบันมีความชัดเจนและประสิทธิภาพดี คิดเป็นร้อยละ ๗๐.๖๖ โดยผู้ตอบแบบสำรวจเห็นว่า บทบาทในปัจจุบันมีความโดดเด่นในการบูรณาการการทำงานและความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นเพื่อขับเคลื่อนภารกิจของรัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นหน่วยงานที่มีระบบแบบแผนในการดำเนินงานอย่างชัดเจน ส่งผลให้บรรลุภารกิจหลากหลายและสามารถปฏิบัติได้ และเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการตามภารกิจที่กฎหมายกำหนดได้อย่างเคร่งครัด ตามลำดับ รองลงมาไม่มีความชัดเจนและไม่มีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๓๖ มีความชัดเจนและประสิทธิภาพปานกลาง คิดเป็นร้อยละ ๘.๘๘ และไม่มีความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ ๘.๑๑ ตามลำดับ

๓.๓ ความคาดหวังต่อบทบาทหรือทิศทางการดำเนินภารกิจของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีในอนาคต

จากผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจมีความคาดหวังต่อบทบาทหรือทิศทางการดำเนินภารกิจของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีในอนาคต ๕ อันดับแรกที่มีผู้แสดงความเห็นมากที่สุด ดังนี้

ประเด็นความคาดหวัง	ร้อยละ
๑. ควรเป็นต้นแบบในการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น และขับเคลื่อนงานตามนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างเครือข่ายการทำงานที่เข้มแข็ง และเป็นศูนย์กลางข้อมูลสำคัญของรัฐบาลให้กับหน่วยงานอื่นได้	๒๕.๔๘
๒. มุ่งเน้นการทำงานเชิงรุก ทั้งการปฏิบัติงาน การเสนอนโยบายรัฐบาล การเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนของสังคมอย่างเป็นรูปธรรม	๒๑.๖๒
๓. มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาของประชาชนได้ตรงจุด เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น และเป็นที่ปรึกษาให้กับหน่วยงานภาครัฐและเป็นที่พึ่งของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง	๑๘.๑๕
๔. เน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการบริหารจัดการ อาทิ การยกระดับบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว ฉับไว และเป็นหน่วยงานในการบริหารจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	๑๓.๕๑
๕. เพิ่มการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภารกิจของหน่วยงานให้มีความหลากหลาย เข้าถึงประชาชน มุ่งสื่อสารโดยให้ข้อมูลที่เป็นจริงและครบถ้วน	๗.๓๔

๔. กรมประชาสัมพันธ์

๔.๑ ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

จากผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจ จำนวน ๒๑๔ ราย เห็นว่า มีภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดีมาก ร้อยละ ๕๙.๘๑ มีภาพลักษณ์ที่อยู่ในระดับที่ควรปรับปรุง ร้อยละ ๑๙.๑๖ อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ ๑๑.๖๘ และไม่มีความเห็น ร้อยละ ๙.๓๕ ตามลำดับ

๔.๒ บทบาทและการดำเนินภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

จากผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจเห็นว่าการดำเนินภารกิจบทบาทและการดำเนินภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีความชัดเจนและประสิทธิภาพดี ร้อยละ ๕๓.๗๔ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า บทบาทและการดำเนินภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีความเหมาะสมในฐานะสื่อภาครัฐ โดยปัจจุบันหน่วยงานได้มีการขยายช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการสร้างการรับรู้กับประชาชนได้ดีมากยิ่งขึ้น และหน่วยงานเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐของหน่วยงานต่าง ๆ ในระดับจังหวัดได้เป็นอย่างดี สร้างการรับรู้เพื่อสนับสนุนการดำเนินการของรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในลำดับถัดมามีความชัดเจนและประสิทธิภาพปานกลาง ร้อยละ ๑๙.๖๓ ไม่มีความชัดเจนและไม่มีประสิทธิภาพ ร้อยละ ๑๘.๒๒ และไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ ๘.๔๑ ตามลำดับ

๔.๓ ความคาดหวังต่อบทบาทหรือทิศทางการดำเนินภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ในอนาคต

จากผลการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสำรวจมีความคาดหวังต่อบทบาทหรือทิศทางการดำเนินภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ในอนาคต ๕ อันดับแรกที่มีผู้แสดงความคิดเห็นซ้ำ หรือเป็นไปในทิศทางเดียวกันมากที่สุดจากความเห็นทั้งหมด ๒๑๔ ความเห็น ดังนี้

ประเด็นความคาดหวัง	ร้อยละ
๑. เป็นหน่วยงานต้นแบบด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ ด้วยการนำใช้เทคโนโลยี และการออกแบบการบริหารทิศทางของการสื่อสารภายในประเทศสอดรับกับบริบทในปัจจุบันและอนาคต และนำเสนออย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์	**๓๓.๑๘**

ประเด็นความคาดหวัง	ร้อยละ
๒. พัฒนาภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นสื่อสาธารณชน สร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน โดยการนำเสนอข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ทำหน้าที่สื่ออย่างเป็นกลาง สามารถสร้างประโยชน์ให้กับประชาชนได้	๑๘.๖๙
๓. ควรเป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์ภารกิจของรัฐบาล และสร้างให้เกิดความเข้าใจระหว่างรัฐบาลกับประชาชน หรือประชาชนกับประชาชน บนพื้นฐานของข้อมูลจริง	๑๖.๘๒
๔. เป็นหน่วยงานที่ขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก รวดเร็ว มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก และน่าติดตาม	๑๑.๖๘
๕. ควรมีช่องทางหรือเปิดพื้นที่ในการมีส่วนร่วมของประชาชนเพิ่มขึ้น เพื่อประสานและนำข้อมูลส่งต่อหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อน	๙.๘๑

๕. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๕.๑ ภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน

จากผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจเห็นว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีภาพลักษณ์ที่อยู่ในระดับดีมาก ร้อยละ ๕๖.๙๙ มีภาพลักษณ์ที่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ ๒๒.๘๐ มีภาพลักษณ์ควรปรับปรุง ร้อยละ ๑๕.๕๔ และไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ ๔.๖๖ ตามลำดับ

๕.๒ บทบาทและการดำเนินภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน

จากผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจเห็นว่าบทบาทและการดำเนินภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันมีความชัดเจนและประสิทธิภาพสูง ร้อยละ ๕๕.๙๖ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าบทบาทของหน่วยงานสามารถจัดการเรื่องร้องทุกข์ของผู้บริโภคได้อย่างทันท่วงทีเมื่อเกิดข้อร้องเรียน สามารถเป็นที่พึ่งของผู้บริโภคได้ รวมทั้งมีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้และส่งเสริมการปกป้องสิทธิของผู้บริโภคได้ เป็นหน่วยงานที่มีมาตรการ ตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน ลำดับต่อมา คือ มีความชัดเจนและประสิทธิภาพปานกลาง ร้อยละ ๒๐.๗๓ ไม่มีความชัดเจนและไม่มีประสิทธิภาพ ร้อยละ ๑๓.๙๙ และไม่มีความเห็น ร้อยละ ๙.๓๓ ตามลำดับ

๕.๓ ความคาดหวังต่อบทบาทหรือทิศทางการดำเนินภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคต

จากผลการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสำรวจมีความคาดหวังต่อบทบาทหรือทิศทางการดำเนินภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคต ๕ อันดับแรกที่มีผู้แสดงความคิดเห็นมากที่สุด จากผู้ให้ความเห็นทั้งหมด ๑๙๘ ความเห็น ดังนี้

ประเด็นความคาดหวัง	ร้อยละ
๑. ดำเนินการเชิงรุก ตอบสนองการร้องเรียน แก้ไขปัญหาประชาชนอย่างรวดเร็ว สร้างความเป็นธรรมให้ผู้บริโภค ปฏิบัติงานเชิงรุกเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาด้านผู้บริโภค และดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว	๓๐.๐๕

ประเด็นความคาดหวัง	ร้อยละ
๒. ควรปรับปรุงข้อกฎหมาย ภารกิจ อำนาจหน้าที่ ให้ครอบคลุมสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	๒๖.๔๒
๓. เน้นการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง มีช่องทางให้ประชาชนเข้าถึงได้หลายช่องทาง รวมถึงการสร้างช่องทางการสื่อสารหรือการบริการเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงประชาชนทุกระดับทุกพื้นที่ให้มากขึ้น	๑๖.๕๘
๔. ควรเพิ่มอัตรากำลัง ให้เพียงพอต่อการทำงาน กระจายอำนาจสู่ภูมิภาค	๑๑.๙๒
๕. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินภารกิจ เพื่อให้การดำเนินภารกิจสอดคล้องกับยุคสมัยและการเปลี่ยนผ่านทางสังคม	๗.๗๗

การวิเคราะห์ความเสี่ยงยุทธศาสตร์ (Strategic Risk Management)

เป็นการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายหรือเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดไว้ แบ่งได้ตามแหล่งกำเนิด (Source) ปัจจัยเสี่ยง และมุมมอง (Perception) ขององค์การ โดยแบ่งเป็น ๔ ประเภท คือ (๑) Strategic Internal Controllable Risk : SIC คือ ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากภายในองค์การและสามารถที่จะควบคุมความเสี่ยงได้ (๒) Strategic External Controllable Risk : SEC คือ ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากภายนอกองค์การและสามารถที่จะควบคุมปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวได้ (๓) Strategic Internal Uncontrollable Risk : SIU คือ ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากภายในองค์การแต่ไม่สามารถควบคุมปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวได้ (๔) Strategic External Uncontrollable Risk : SEU คือ ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากภายนอกองค์การแต่ไม่สามารถควบคุมปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวได้

การประเมินความเสี่ยงด้วย Risk Matrix

เป็นการประเมินระดับความรุนแรงของความเสี่ยงต่อเป้าหมายด้วยสองปัจจัย คือ การประเมินเพื่อวัดความเป็นไปได้ของโอกาสเกิด (Likelihood Score) และผลกระทบ/ความรุนแรง (Impact Score) ของปัจจัยเสี่ยง โดยนำความเสี่ยงที่ระบุไว้แล้วทั้งหมดมาพิจารณาเพื่อจัดลำดับความเสี่ยงและการประเมินความเสี่ยงมักจะทำ ๒ มิติ คือ

๑. โอกาส/ความถี่ที่จะเกิด (Probability) คือ ความน่าจะเป็นที่จะเกิดเหตุการณ์ที่นำมาพิจารณาเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะมีการพิจารณาหาระดับของโอกาสที่จะเกิด ดังนี้

ระดับ	โอกาส	รายละเอียด
๑	น้อยมาก	เกิดขึ้นยาก (ประมาณ ๑ ครั้งในช่วง ๕ ปี)
๒	น้อย	เกิดขึ้นน้อย (๑ ครั้งในช่วง ๒-๔ ปี)
๓	ปานกลาง	เกิดขึ้นบ้าง (๑ ครั้งในช่วง ๑ ปี)
๔	มาก	เกิดขึ้นบ่อยครั้ง (๑ ครั้งในช่วง ๒-๖ เดือน)
๕	สูงมาก	เกิดขึ้นเป็นประจำ (๑ ครั้งในช่วง ๑ เดือน)

๒. ระดับผลกระทบ/ความรุนแรง (Severity/Impact) ระดับความรุนแรงหรือผลกระทบที่เกิดจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือคาดคะเนว่าจะเกิดเหตุการณ์นั้น ๆ และเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเกิดความรุนแรงหรือผลกระทบกับสิ่งต่าง ๆ และความเสียหายที่เกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ ดังนี้

๒.๑ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) เกี่ยวข้องกับการบรรลุเป้าหมายและพันธกิจในภาพรวม โดยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นเป็นความเสี่ยงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์และเหตุการณ์ภายนอก ส่งผลต่อกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ไม่สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์/วิสัยทัศน์ หรือเกิดจากการกำหนดกลยุทธ์ที่ขาดการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนหรือการร่วมมือกับองค์กรอิสระ ทำให้โครงการขาดการยอมรับและโครงการไม่ได้นำไปสู่การแก้ไขปัญหาหรือการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างแท้จริง

ระดับ	ผลกระทบ	รายละเอียด
๑	ต่ำมาก	สำเร็จตามแผน ๙๑ - ๑๐๐ %
๒	ต่ำ	สำเร็จตามแผน ๘๑ - ๙๐ %
๓	ปานกลาง	สำเร็จตามแผน ๗๑ - ๘๐ %
๔	สูง	สำเร็จตามแผน ๖๑ - ๗๐ %
๕	สูงมาก	สำเร็จตามแผน ๑- ๖๐ %

๒.๒ ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk) เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพ ประสิทธิผล หรือผลการปฏิบัติงาน โดยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเป็นความเสี่ยง เนื่องจากระบบงานภายในขององค์กร กระบวนการเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ใช้ บุคลากร ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินโครงการ

ระดับ	ผลกระทบ	รายละเอียด
๑	ต่ำมาก	สำเร็จตามแผน ๙๑ - ๑๐๐ %
๒	ต่ำ	สำเร็จตามแผน ๘๑ - ๙๐ %
๓	ปานกลาง	สำเร็จตามแผน ๗๑ - ๘๐ %
๔	สูง	สำเร็จตามแผน ๖๑ - ๗๐ %
๕	สูงมาก	สำเร็จตามแผน ๑- ๖๐ %

๒.๓ ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) เป็นความเสี่ยงเกี่ยวกับการบริหารงบประมาณและการเงิน เช่น การบริหารการเงินขาดประสิทธิภาพและไม่ทันต่อสถานการณ์ หรือเป็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเงินขององค์กร

ระดับ	ผลกระทบ	รายละเอียด
๑	ต่ำมาก	ไม่เกิน ๑๐,๐๐๐ บาท
๒	ต่ำ	๑๐,๐๐๑ – ๕๐,๐๐๐ บาท
๓	ปานกลาง	๕๐,๐๐๑ – ๒๕๐,๐๐๐ บาท
๔	สูง	๒๕๐,๐๐๑ – ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท
๕	สูงมาก	มากกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท

๒.๔ ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk) เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบต่าง ๆ โดยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเป็นความเสี่ยงเนื่องจากความไม่ชัดเจน ความไม่ทันสมัย หรือความไม่ครอบคลุมของกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ รวมถึงการร่างสัญญาที่ไม่ครอบคลุมการดำเนินงาน

ระดับ	ผลกระทบ	รายละเอียด
๑	ต่ำมาก	การไม่ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบข้อบังคับที่ไม่มีนัยสำคัญ
๒	ต่ำ	การละเมิดข้อกฎหมายที่ไม่มีนัยสำคัญ
๓	ปานกลาง	การฝ่าฝืนกฎข้อกฎหมายที่สำคัญที่มีการสอบสวนหรือรายงานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๔	สูง	การละเมิดข้อกฎหมายที่สำคัญ
๕	สูงมาก	การฟ้องร้องดำเนินคดี และเรียกร้องค่าเสียหายที่สำคัญ

๓. ระดับความรุนแรงของความเสี่ยงต่อเป้าหมาย โดยระดับความรุนแรง = โอกาส x ผลกระทบ ทำให้แบ่งได้เป็น ๔ ระดับ ได้แก่ สูงมาก สูง ปานกลาง น้อย และน้อยมาก ดังนี้

ประเมินความเสี่ยงตามแนวทาง COSO (Committee of Sponsoring Organization)

Risk Assessment Matrix			ระดับโอกาส (Likelihood)				
			ต่ำมาก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สูงมาก
			๑	๒	๓	๔	๕
ผลกระทบ (Impact)	สูงมาก	๕	๕	๑๐	๑๕	๒๐	๒๕
	สูง	๔	๔	๘	๑๒	๑๖	๒๐
	ปานกลาง	๓	๓	๖	๙	๑๒	๑๕
	ต่ำ	๒	๒	๔	๖	๘	๑๐
	ต่ำมาก	๑	๑	๒	๓	๔	๕
			ระดับของความเสี่ยง				

เกณฑ์การยอมรับความเสี่ยง

ระดับความเสี่ยง	ระดับคะแนน	ความหมาย	ระดับสี
สูงมาก	๑๗ – ๒๕	ถ่ายโอนความเสี่ยง /มีแผนลดและประเมินซ้ำ	
สูง	๑๐ – ๑๖	การควบคุมความสูญเสีย/มีแผนลดความเสี่ยง	
ปานกลาง	๕ – ๙	การควบคุมเพื่อป้องกัน /มีมาตรการป้องกันความเสี่ยง	
น้อย	๓ – ๔	การรับความเสี่ยงไว้เอง /ยอมรับความเสี่ยงแต่มีการควบคุมความเสี่ยง	
น้อยมาก	๑ – ๒	การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง / การยอมรับความเสี่ยง	

ผลการประเมินความเสี่ยง

ความเสี่ยง	โอกาส	ผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	สถานะ
ความเสี่ยงด้านยุทธศาสตร์ (Strategic Risk : S)				
ความเสี่ยงของแผนงาน/โครงการที่ดำเนินการไม่สำเร็จส่งกระทบต่อเป้าหมาย ตัวชี้วัด ยุทธศาสตร์	๒	๒	๔	
ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk : O)				
ด้านการเมือง การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ส่งผลต่อการทำงานเชิงนโยบาย	๔	๓	๑๒	
ด้านทรัพยากรบุคคล : บุคลากรที่เข้ามาทดแทนยังขาดประสบการณ์ ส่งผลต่อการขับเคลื่อนภารกิจ	๓	๓	๙	
ด้านเทคโนโลยี ความมั่นคงปลอดภัยของการป้องกันข้อมูลสำคัญ การป้องกันการโจมตีจากแฮกเกอร์ ไวรัส และการโจรกรรมข้อมูล	๓	๔	๑๒	
ด้านสังคม การระบาดของโรคอุบัติใหม่ส่งผลต่อรูปแบบการและประสิทธิภาพทำงานในอนาคต	๓	๕	๑๕	
ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk : F)				
งบประมาณได้รับจัดสรรไม่เพียงพอต่อการดำเนินการ	๒	๓	๖	
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ (Compliance Risk : C)				
ความผิดพลาดในการดำเนินการตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง อาทิ การเบิกค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน	๒	๕	๑๐	

๔. การจัดการความเสี่ยง

เป็นการกำหนดแนวทางตอบสนองความเสี่ยง ซึ่งมีหลายวิธีและสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบ แต่ทั้งนี้วิธีการจัดการความเสี่ยงต้องคุ้มค่ากับการลดระดับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความเสี่ยงนั้น โดยทางเลือกหรือวิธีจัดการความเสี่ยง ประกอบด้วย ๔ แนวทางหลักคือ

๑) การยอมรับ (Take) หมายถึง การที่ความเสี่ยงนั้นสามารถยอมรับได้ภายใต้การควบคุมที่มีอยู่ ซึ่งไม่ต้องดำเนินการใดๆ เช่น กรณีที่มีความเสี่ยงในระดับไม่รุนแรงและไม่คุ้มค่าที่จะดำเนินการใดๆ ให้ขออนุมัติหลักการรับความเสี่ยงไว้ และไม่ดำเนินการใดๆ แต่ควรมีมาตรการติดตามอย่างใกล้ชิดเพื่อรองรับผลที่จะเกิดขึ้น

๒) การลดหรือควบคุมความเสี่ยง (Treat) หมายถึง ลดโอกาสที่จะเกิดขึ้น หรือลดความเสียหายโดยการจัดระบบการควบคุม หรือเปลี่ยนแปลงขั้นตอนบางส่วนของกิจกรรมหรือโครงการที่นำไปสู่เหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยง เพื่อให้มีการควบคุมที่เพียงพอเหมาะสม เช่น การปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน การจัดอ บรมเพิ่มทักษะในการทำงานให้กับพนักงาน และการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน เป็นต้น

๓) การหยุดหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Terminate) หมายถึง ความเสี่ยงที่ไม่สามารถยอมรับและต้องจัดการให้ความเสี่ยงนั้นไปอยู่นอกเงื่อนไขการดำเนินงาน โดยมีวิธีจัดการความเสี่ยงในกลุ่มนี้ เช่น การหยุดหรือยกเลิกการดำเนินงานหรือกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงนั้น

๔) การถ่ายโอนความเสี่ยง (Transfer) หมายถึง ความเสี่ยงที่สามารถโอนไปให้ผู้อื่นได้ เช่น การทำประกันภัย/ประกันทรัพย์สิน กับบริษัทประกัน การจ้างบุคคลภายนอกหรือการจ้างบริษัทภายนอกมาจัดการในงานบางอย่างแทน เช่น งานรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

เมื่อเลือกมาตรการหรือวิธีการที่เหมาะสมที่ใช้จัดการความเสี่ยงแล้ว ต้องมีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเพื่อกำหนดมาตรการหรือแผนปฏิบัติการในการจัดการและควบคุมความเสี่ยงสูง (High) และสูงมาก (Extreme) นั้นให้ลดลง ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ สามารถปฏิบัติได้จริง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร

สำนักนายกรัฐมนตรี โดยสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้ดำเนินการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรเพื่อนำไปสู่การกำหนดประเด็น กรอบแนวทาง เป้าประสงค์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัดของแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) โดยได้ดำเนินการผ่านกระบวนการระดมความคิดเห็นร่วมกันระหว่างคณะทำงานจัดทำแผนปฏิบัติราชการฯ และรายงานสรุปข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อกำหนดกรอบเป้าประสงค์และกลยุทธ์ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรซึ่งเป็นการตรวจสอบสมรรถนะขององค์กรที่จะช่วยบ่งบอกถึงจุดแข็งที่จะใช้ให้เป็นประโยชน์ กับจุดอ่อนที่จะต้องแก้ไข ผ่านเทคนิคการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์องค์กร ผ่าน ๒ เครื่องมือสำคัญ คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร โดยใช้ McKinsey 7S Framework และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร โดยใช้ PEST Analysis โดยมีสรุปสาระสำคัญดังนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรโดยใช้เครื่องมือ McKinney 7S Framework

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Strengths / Weaknesses) ใช้กรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในตามทฤษฎีแนวคิดปัจจัย ๗ ประการของแมคคินซีย์ (McKinsey) เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์การบริหารองค์กร การดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ หรือการบริหารงานที่สัมฤทธิ์ผลขึ้นอยู่กับตัวแปรซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องอย่างน้อยที่สุด ๗ ปัจจัย

ปัจจัย	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
๑. **กลยุทธ์ (Strategy)**	ผู้บริหารหน่วยงานมีนโยบายในการทำงานที่ชัดเจนที่มุ่งการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส เพื่อประโยชน์ของประชาชน นอกจากนี้ ยังมีการวางกรอบการทำงานตามแผนทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว	การกำหนดกลยุทธ์และค่าเป้าหมายในการขับเคลื่อนภารกิจร่วมกันยังขาดความท้าทาย
๒. **โครงสร้าง (Structure)**	โครงสร้างขององค์กรมีความชัดเจน สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ และสามารถสนับสนุนงานซึ่งกันและกันได้	-
๓. **ระบบ (System)**	■ มีการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินภารกิจ ■ มีระบบการประสานงานและการบูรณาการ	ขาดระบบการติดตามประเมินที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินในเชิงนโยบายของ

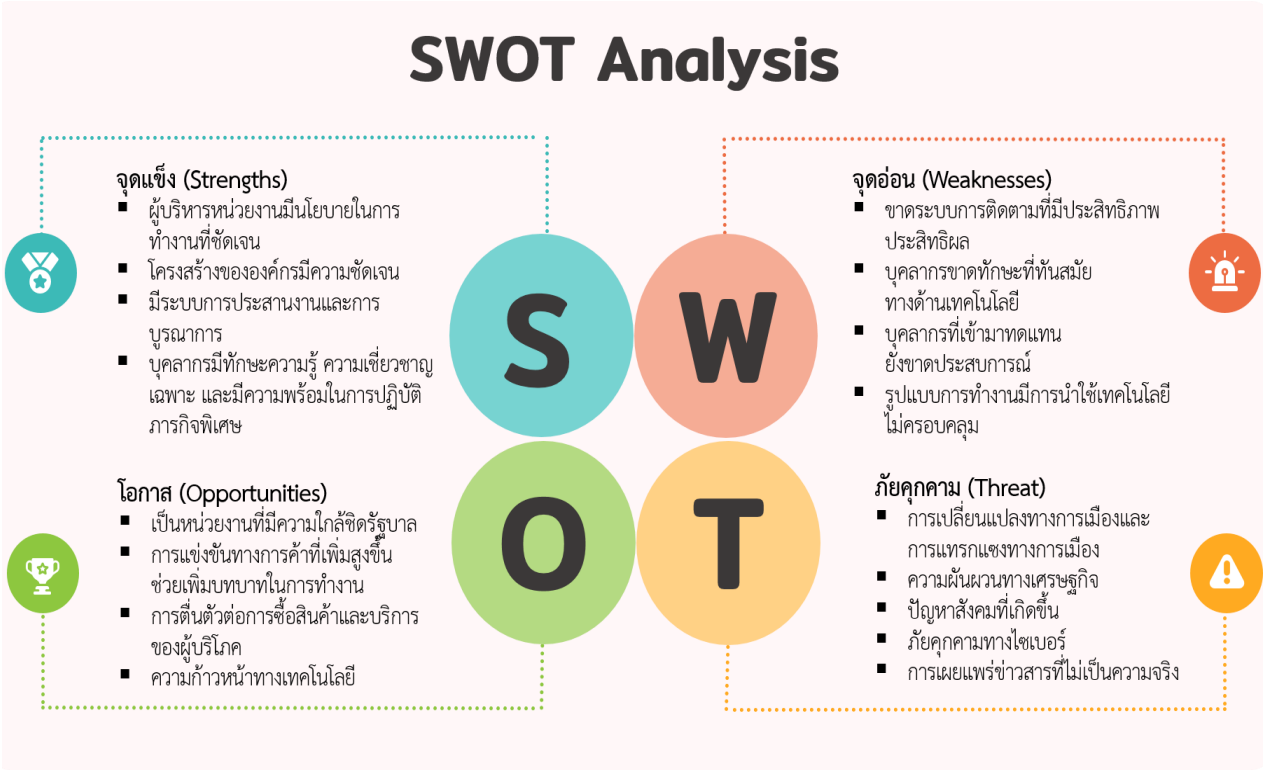
ปัจจัย	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
		ผู้บริหาร และการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ และแผนการปฏิรูปประเทศ
๔. **ทักษะ (Skills)**	บุคลากรมีทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะ อาทิ ด้านการจัดการเรื่องราวร้องทุกข์ ด้านการส่งเสริมเอกลักษณ์ของชาติ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านการประชาสัมพันธ์	บุคลากรบางส่วนยังไม่ได้รับการพัฒนาทักษะที่ทันสมัยทางด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาการดำเนินงาน
๕. **บุคลากร (Staff)**	บุคลากรมีความพร้อมในการปฏิบัติภารกิจพิเศษที่ได้รับมอบหมายในภาวะเร่งด่วน	■ มีบุคลากรเกษียณอายุราชการจำนวนมาก และบุคลากรที่เข้ามาทดแทนยังขาดประสบการณ์ ■ บุคลากรมีอัตรา Turn over สูง ทำให้ขาดบุคลากรในการทำงาน
๖. **รูปแบบ (Style)**	รูปแบบการทำงานยึดกรอบของกฎหมายเป็นสำคัญ	รูปแบบการทำงานมีการนำใช้เทคโนโลยีไม่ครอบคลุม อาจส่งผลให้ไม่สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น
๗. **คุณค่าร่วมกัน (Share Values)**	วัฒนธรรมองค์กรแบบพี่น้อง การทำงานเน้นความโปร่งใสตรวจสอบได้ สามัคคี	-

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรโดยใช้เครื่องมือ PEST Analysis

ปัจจัย	โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threat)
๑. ปัจจัยด้านการเมือง (Political factors)	เป็นหน่วยงานกลางที่มีความใกล้ชิดรัฐบาล จึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาล	■ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองส่งผลให้ดำเนินงานได้อย่างไม่เต็มศักยภาพ ■ การแทรกแซงทางการเมือง อาจส่งผลต่อการแต่งตั้งโยกย้ายข้าราชการประจำ/ระดับสูง
๒. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic factors)	การแข่งขันทางการค้าที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้หน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีมีบทบาทในการทำงานที่มากยิ่งขึ้น	■ ภาวะฟื้นตัวทางเศรษฐกิจภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค-ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของผู้บริโภคที่เกิดจากการเช่าซื้อสินค้าหรือบริการ รวมถึงการทำสัญญาต่าง ๆ จนเป็นสาเหตุให้เกิดการร้องเรียนเพิ่มขึ้น ■ ความผันผวนทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการบริหารงบประมาณที่สำนัก-นายกรัฐมนตรี ได้รับในการบริหารจัดการองค์กร

ปัจจัย	โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threat)
๓. ปัจจัยด้านสังคม (Social factors)	พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้หน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีสามารถมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น	▪ ปัญหาสังคมที่เกิดขึ้น ส่งผลทำให้มีภารกิจเพิ่มขึ้น อาทิ การเร่งแก้ไขปัญหาความเดือดร้อน การประชาสัมพันธ์ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชน ซึ่งเป็นความท้าทายในการคิดแนวทางในการทำงานเชิงรุก ▪ สังคมเกิดการให้ข่าวสารที่ไม่เป็นความจริง ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน
๔. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological factors)	ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้การทำงานของหน่วยงานมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และลดต้นทุนได้	ภัยคุกคามทางไซเบอร์

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรด้วย SWOT Analysis และ TOWS Matrix



TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน \ ปัจจัยภายนอก	**Opportunities** ▪ เป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดรัฐบาล ▪ การแข่งขันทางการค้าที่เพิ่มสูงขึ้น ช่วยเพิ่มบทบาทในการทำงาน ▪ การตื่นตัวต่อการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ▪ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	**Threats** ▪ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและการแทรกแซงทางการเมือง ▪ ความผันผวนทางเศรษฐกิจ ▪ ปัญหาสังคมที่เพิ่มมากขึ้น ▪ ภัยคุกคามทางไซเบอร์ ▪ การเผยแพร่ข่าวสารที่ไม่เป็นความจริง
Strengths ▪ ผู้บริหารหน่วยงานมีนโยบายในการทำงานที่ชัดเจน ▪ โครงสร้างขององค์กรมีความชัดเจน ▪ มีระบบการประสานงานและการบูรณาการ ▪ บุคลากรมีทักษะความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะ และพร้อมในการปฏิบัติภารกิจพิเศษ	**SO** ▪ การขับเคลื่อนภารกิจเอกลักษณ์ของชาติและนโยบายรัฐบาลและการบริหารราชการแผ่นดินเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน ▪ พัฒนาและสร้างกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง เป็นธรรม	**ST** ▪ พลิกโฉมการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนภารกิจรัฐบาลและสร้างการรับรู้ของประชาชน
Weaknesses ▪ ขาดระบบการติดตามที่มีประสิทธิภาพประสิทธิผล ▪ บุคลากรขาดทักษะที่ทันสมัยทางด้านเทคโนโลยี ▪ บุคลากรที่เข้ามาทดแทนยังขาดประสบการณ์ ▪ รูปแบบการทำงานมีการนำใช้เทคโนโลยีไม่ครอบคลุม	**WO** ▪ พัฒนาระบบการทำงานที่ทันสมัยด้วยเทคโนโลยี	**WT** ▪ พัฒนาศักยภาพบุคลากร และเสริมสร้างทักษะสมัยที่สอดรับกับการเปลี่ยนแปลง

บทที่ ๓

ความสอดคล้องกับแผนระดับต่าง ๆ

๑. ความสอดคล้องกับแผนระดับที่ ๑ ยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) เป็นเป้าหมายในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาลโดยใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ จากทุกภาคส่วนให้สอดคล้องและบูรณาการเพื่อเปลี่ยนผ่านการพัฒนาประเทศไทยจากอดีตสู่อนาคต ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยกรอบการพัฒนาที่มีความเป็นรูปธรรม ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารราชการแผ่นดินโดยมีพระราชบัญญัติจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ และพระราชบัญญัติแผนและขั้นตอนการปฏิบัติเป็นเครื่องมือการขับเคลื่อนสำคัญ ภายใต้กรอบการดำเนินการ ซึ่งสำนักนายกรัฐมนตรีมีภารกิจที่สอดคล้องกับแผนระดับที่ ๑ ดังนี้

๑. ยุทธศาสตร์ชาติ (หลัก) ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

๑.๑ เป้าหมาย: ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

๑.๒ ประเด็นยุทธศาสตร์

(๑) ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส

(๒) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๑.๓ การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

การดำเนินภารกิจของหน่วยงานยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการและให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส พัฒนาระบบฐานข้อมูลพร้อมกับการเชื่อมโยงข้อมูลตามภารกิจเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเชิงรุกและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที รวมถึงส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการและตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

๒. ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านความมั่นคง

๒.๑ เป้าหมาย: บ้านเมืองมีความมั่นคงในทุกมิติและทุกระดับ

๒.๒ ประเด็นยุทธศาสตร์ การรักษาความสงบภายในประเทศ

๒.๓ การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

พันธกิจสำคัญอย่างหนึ่งของสำนักนายกรัฐมนตรี คือ การส่งเสริมและเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ โดยการขับเคลื่อนการดำเนินงานสำคัญเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อสถาบันหลักของชาติ และการเสริมสร้างเอกลักษณ์ของไทย ซึ่งส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายย่อยในเรื่องการพัฒนาและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติได้

๓. ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

๓.๑ เป้าหมาย:

(๑) คนไทยเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพ พร้อมสำหรับวิถีชีวิตในศตวรรษที่ ๒๑

(๒) สังคมไทยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อและสนับสนุนต่อการพัฒนาคนตลอดช่วงชีวิต

๓.๒ ประเด็นยุทธศาสตร์ ปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม

๓.๓ การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

มุ่งเน้นการเป็นสื่อมวลชนภาครัฐโดยใช้การประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนเป็นเครื่องมือในการสร้างความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารภาครัฐให้แก่ประชาชนทุกระดับ ทั้งในระดับชุมชน ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ เช่น สร้างและพัฒนาช่องทางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารภาครัฐอย่างเท่าเทียม และรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานและกำหนดนโยบายภาครัฐ โดยเฉพาะส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัด จัดเวลาและพื้นที่ออกอากาศให้แก่สื่อสร้างสรรค์ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด รวมทั้งส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ นำเสนอตัวอย่างของการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมี จิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุประเด็นย่อย : การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม

๔. ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

๔.๑ เป้าหมาย: สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

๔.๒ ประเด็นยุทธศาสตร์ การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

๔.๓ การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

โดยเน้นการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบและกลไกในการดำเนินงาน อาทิ การคุ้มครองผู้บริโภค โดยสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความยุติธรรมแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็งผ่านการดำเนินงานของคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ

๕. ยุทธศาสตร์ชาติ (สนับสนุน) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

ผลการดำเนินงานที่สนับสนุนต่อการบรรลุยุทธศาสตร์ชาติ

การดำเนินงานของสำนักนายกรัฐมนตรี โดยสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีมีส่วนสนับสนุนในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ประเทศไทยผ่านการขับเคลื่อนของคณะกรรมการจัดงานถนนคนเดินเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจโดยใช้เครื่องมือทางด้านศิลปวัฒนธรรมของชาติ สินค้าเชิงอัตลักษณ์ของชุมชน OTOP และส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวผ่านอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็นเป้าหมายหนึ่งในยุทธศาสตร์ดังกล่าว

๖. ยุทธศาสตร์ชาติ (สนับสนุน) ด้านการเสริมสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงานที่สนับสนุนต่อการบรรลุยุทธศาสตร์ชาติ

การดำเนินงานของสำนักนายกรัฐมนตรี มีส่วนสนับสนุนในการเสริมสร้างประเทศไทยเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการขับเคลื่อนของคณะกรรมการนโยบายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแห่งชาติ และคณะอนุกรรมการการสื่อสารการแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศ เพื่อส่งเสริมให้หน่วยงานให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสาธารณชนได้ตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมกันแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศ อันนำไปสู่การยกระดับกระบวนทัศน์การเติบโตของประเทศที่มีเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๒. ความสอดคล้องกับแผนระดับที่ ๒

๒.๑ ความสอดคล้องกับแผนระดับที่ ๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติเป็นแผนแม่บทเพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานของยุทธศาสตร์ชาติให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ โดยมีจำนวนทั้งสิ้น ๒๓ ฉบับ ซึ่งจะมีผลผูกพันต่อหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องที่จะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามนั้น รวมทั้งการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณต้องสอดคล้องกับแผนแม่บทซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ภายในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน โดยหน่วยงานในสำนักนายกรัฐมนตรีมีภารกิจที่เกี่ยวข้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ดังนี้

๒.๑.๑ ประเด็นที่ ๒๐ (หลัก) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมายที่ ๑** บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ
- **เป้าหมายที่ ๒** ภาครัฐมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**

โดยการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) พร้อมทั้งพัฒนาระบบการทำงาน อาทิ ระบบ Tracking System ของการรับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล ๑๑๑๑ ระบบ OCPB Connect ควบคู่กับการพัฒนาระบบฐานข้อมูลให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนและผู้รับบริการในทุกมิติ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในเชิงรุกและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที รวมถึงส่งเสริมการนำนวัตกรรมเพื่อยกระดับการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้รับบริการอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

(๒) แผนย่อยการพัฒนาบริการประชาชน

- **แนวทางการพัฒนา** พัฒนารูปแบบบริการภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชน
- **เป้าหมายของแผนย่อย**: งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

โดยการส่งเสริมการนำนวัตกรรมสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อยกระดับการให้บริการตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้รับบริการอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

(๓) แผนย่อยการสร้างและพัฒนาบุคลากรภาครัฐ

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

โดยการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลพร้อมกับการศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ความสามารถ ในการปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๑.๒ ประเด็นที่ ๑ (รอง) ความมั่นคง

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมายที่ ๑** ประเทศชาติมีความมั่นคงในทุกมิติและทุกระดับ
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**

โดยพันธกิจสำคัญอย่างหนึ่งของสำนักนายกรัฐมนตรี คือ การส่งเสริมและเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ โดยการขับเคลื่อนการดำเนินงานสำคัญเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อสถาบันหลักของชาติ และการเสริมสร้างเอกลักษณ์ของไทย ซึ่งส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายย่อยในเรื่องการพัฒนาและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติได้

(๒) แผนย่อยการรักษาความสงบภายในประเทศ

- **แนวทางการพัฒนา** การดำเนินงานเพื่อสร้างความรักความสามัคคี ความสำนึกจงรักภักดีและความภาคภูมิใจในชาติให้กับประชาชนทุกคน
- **เป้าหมายของแผนย่อย**: คนไทยมีความจงรักภักดี ซื่อสัตย์ พร้อมธำรงรักษาไว้ซึ่งสถาบันหลักของชาติ สถาบันศาสนาเป็นที่เคารพ ยึดเหนี่ยวจิตใจของคนไทย
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

การส่งเสริมให้เกิดการสร้างความรักความสามัคคี ความสำนึกจงรักภักดีและความภาคภูมิใจในชาติให้กับประชาชนทุกคนผ่านการดำเนินกิจกรรมสำคัญ เช่น การจัดกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติ การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

๒.๑.๓ ประเด็นที่ ๑๐ (รอง) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมายที่ ๑** คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่ดี งาม และมีความรัก ภูมิใจในความเป็นไทย คนไทยนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต สังคมไทยมีความสุข และเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**

หน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีมีภารกิจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มุ่งหวังที่จะพัฒนาการปฏิบัติงานเพื่อเป็นหน่วยงานศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารของประเทศ สนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายของแผนแม่บทฯ ให้คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่ดีงาม และมีความรัก ความภูมิใจในความเป็นไทย สามารถนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิตสังคมมีความสุขและเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศมากขึ้น

(๒) แผนย่อยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคมแนวทางการพัฒนา

- **แนวทางการพัฒนา** การส่งเสริมให้เกิดการดำเนินงานเพื่อสร้างการรับรู้ ความตระหนัก และการใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
- **เป้าหมายของแผนย่อย**: สื่อในสังคมไทยมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในสังคม ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ปลอดภัยและสร้างสรรค์การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

การดำเนินงานของหน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี มุ่งผลสัมฤทธิ์ให้เกิดการสร้างการรับรู้ ความตระหนัก และการใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

ผ่านโครงการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนระดับประเทศ และนโยบายรัฐบาล ที่ล้วนสอดรับกับการสร้างค่านิยมและปลูกฝังวัฒนธรรมที่ดีให้แก่คนในสังคม โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน รวมถึงโครงการด้านการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารในโลกยุคดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี เพื่อสร้างภูมิรู้แห่งข้อเท็จจริงและสร้างภูมิคุ้มกันต่อต้านข่าวปลอม อันจะส่งผลให้สามารถสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ปลอดภัย อีกทั้งขับเคลื่อนโครงการด้านต่างประเทศส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ เพื่อปลูกจิตสำนึกความเป็นไทย และส่งต่อความภาคภูมิใจสู่สายตาชาวโลก นอกจากนี้ยังมีโครงการพัฒนาโครงข่ายโทรคมนาคม เพื่อวางรากฐานด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร รองรับความก้าวหน้าและข้อมูลข่าวสารในโลกใหม่ให้แข็งแรง อันหมายรวมถึงโครงการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนทั้งในระดับหน่วยงานและระดับประเทศ ซึ่งถือเป็นรากฐานของการสื่อสารที่ดีอีกด้วย

๒.๑.๔ ประเด็นที่ ๑๗ (รอง) ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมายที่ ๑** คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**

หน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีมุ่งพัฒนาระบบ กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและลดความเสียเปรียบของผู้บริโภค

(๒) แผนย่อยการคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐานและหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ

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

การปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความยุติธรรมแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้บริโภคให้มีความตระหนักในสิทธิหน้าที่และมีภูมิคุ้มกันในการบริโภคและซื้อสินค้า และส่งเสริมให้ภาคีการพัฒนาต่าง ๆ มีบทบาทในการสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

๒.๒ ความสอดคล้องกับแผนระดับที่ ๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ มีจุดมุ่งหมายสูงสุดเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้สามารถบรรลุผลตามเป้าหมายการพัฒนาระยะยาวที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ โดยมุ่งหวังให้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ทำหน้าที่เป็นกลไกในการชี้ประเด็นที่มีลำดับความสำคัญสูงต่อการพัฒนาประเทศในระยะ ๕ ปี และเพื่อผลักดันให้ประเทศสามารถก้าวข้ามความท้าทายต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนสู่ความเจริญเติบโตที่ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน ภายใต้หลักการและแนวคิดที่สำคัญ ๔ ประการ ได้แก่ (๑) หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (๒) แนวคิด Resilience ซึ่งเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการลดความเปราะบางต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ประกอบด้วยการพัฒนาใน ๓ ระดับ คือ การพร้อมรับ (Cope) การปรับตัว (Adapt) และการเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน (Transform) (๓) เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ของสหประชาชาติ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิด “ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” โดยมุ่งเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชนทุกกลุ่ม (๔) โมเดลเศรษฐกิจ BCG ซึ่งเป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจใน ๓ รูปแบบควบคู่กัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว โดยหน่วยงานในสำนักนายกรัฐมนตรีมีภารกิจที่เกี่ยวข้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ ดังนี้

๒.๒.๑ หมุดหมาย (หลัก) ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

๒.๒.๒ หมุดหมาย (รอง) ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคม ที่เพียงพอ เหมาะสม

๒.๒.๓ หมุดหมาย (รอง) ๑๒ ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต

๒.๓ ความสอดคล้องกับแผนระดับที่ ๒ นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

๑) นโยบายความมั่นคงแห่งชาติ

- **นโยบายที่ ๑** เสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติ และการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข
- **นโยบายที่ ๑๒** เสริมสร้างความมั่นคงทางพลังงานและอาหาร
- **นโยบายที่ ๑๖** เสริมสร้างดุลยภาพในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศแนวทางการขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ

๒) แผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ ในประเด็นการเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติภายใต้การปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข แผนเตรียมพร้อมแห่งชาติ และแผนบริหารวิกฤตการณ์ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

๓. ความสอดคล้องกับแผนระดับที่ ๓

- แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐

๔. ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แห่งสหประชาชาติ

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals – SDGs

(๑) เป้าหมายที่ (Goal) ๑๖ (สนับสนุน) ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิผล รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ

(๒) เป้าหมายย่อย (Target) ๑๖.๑๐ สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพขั้นพื้นฐาน โดยเป็นไปตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ

บทที่ ๔

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการ

วิสัยทัศน์

“เป็นศูนย์กลางการบูรณาการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินที่ทันสมัยอย่างเป็นเอกภาพ และมีส่วนร่วม เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน”

พันธกิจ

๑) ส่งเสริมและเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ
๒) ขับเคลื่อนภารกิจตามกฎหมายและนโยบายของรัฐสู่การปฏิบัติ
๓) ส่งเสริม คุ้มครองสิทธิ และแก้ไขปัญหาของประชาชน
๔) ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้การดำเนินงานของรัฐ และสร้างภาพลักษณ์ของประเทศแก่สาธารณชน

กรอบแนวทางการขับเคลื่อน

กรอบแนวทางที่ ๑
การเสริมสร้างความมั่นคงของชาติ ด้านเอกลักษณ์ของชาติและความเข้าใจอันดีในสถาบันหลัก

เป้าประสงค์
ขับเคลื่อนภารกิจการเสริมสร้างด้านเอกลักษณ์ของชาติและสถาบันหลักเพื่อความมั่นคงของชาติ

กรอบแนวทางที่ ๒
การขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ที่ ๑
ยกระดับการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ที่ ๒
เพิ่มขีดความสามารถในการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างเป็นรูปธรรม

กรอบแนวทางที่ ๓
ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรมและทั่วถึง

เป้าประสงค์ที่ ๑
พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในสังคม

เป้าประสงค์ที่ ๒
บูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

กรอบแนวทางที่ ๔
พลิกโฉมการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนภารกิจรัฐบาลและสร้างการรับรู้ของประชาชน

เป้าประสงค์ที่ ๑
การประชาสัมพันธ์ของรัฐเข้มแข็ง สร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชน เกิดสังคมแห่งภูมิปัญญาและค่านิยมที่ดี

เป้าประสงค์ที่ ๒
การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อต่อต้านข่าวปลอม และพัฒนาช่องทางและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน

กรอบแนวทางที่ ๑
การเสริมสร้างความมั่นคงของชาติด้านเอกลักษณ์ของชาติและความเข้าใจอันดีในสถาบันหลัก

เป้าประสงค์ ขับเคลื่อนภารกิจการเสริมสร้างด้านเอกลักษณ์ของชาติและสถาบันหลักเพื่อความมั่นคงของชาติ

ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินแผนงาน/โครงการเพื่อขับเคลื่อนภารกิจการเสริมสร้างด้านเอกลักษณ์-ของชาติและสถาบันหลักเพื่อความมั่นคงของชาติครบถ้วนตามแผนที่กำหนด

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐

กลยุทธ์ ๑.๑ ส่งเสริมการดำเนินโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ

ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินแผนงาน/โครงการเพื่อขับเคลื่อนภารกิจด้านเอกลักษณ์ของชาติครบถ้วนตามแผนที่กำหนด

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
แผนงานปลูกจิตสำนึกและสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทย	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานหลัก :</u>** สปน.

กลยุทธ์ ๑.๒ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติเพื่อสร้างการรับรู้ที่เหมาะสมให้กับประชาชนในประเทศและประชาคมโลก

ตัวชี้วัด : ร้อยละของการรับรู้ ความเข้าใจ เชื่อมั่นและและนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔	ร้อยละ ๗๖

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑. การประชาสัมพันธ์เทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานหลัก :</u>** กปส.
๒. การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ (ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์)	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานสนับสนุน :</u>** สปน.
๓. การประชาสัมพันธ์สร้างการมีส่วนร่วมการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์	●	●	●	●	●	

กลยุทธ์ ๑.๓ เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลักของชาติ

ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินแผนงาน/โครงการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลักของชาติ

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑. แผนงานการจัดงานเฉลิมพระเกียรติและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานหลัก :</u>** สปน.
๒. แผนงานการจัดงานพระราชพิธี รัฐพิธี ศาสนพิธี และกิจกรรมสำคัญประจำปี	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานสนับสนุน :</u>** กปส และ สคบ.
๓. แผนงานขับเคลื่อนและสนับสนุนงานจิตอาสา	●	●	●	●	●	

กรอบแนวทางที่ ๒
การขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ ๑. ยกระดับการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลครบถ้วนตามแผน

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐

กลยุทธ์ ๑.๑ พัฒนาแนวทางการบูรณาการและกลไกในการติดตามการบริหารราชการแผ่นดินให้มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด : ร้อยละข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เสนอต่อนายกรัฐมนตรีเป็นข้อเสนอแนะเชิงบูรณาการ

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๑๐๐

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑. แผนงานการตรวจราชการแบบบูรณาการ	●	●	●	●	●	<u>หน่วยงานหลัก :</u> สปน.
๒. แผนงานการตรวจราชการเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสำคัญของรัฐบาล	●	●	●	●	●	
๓. แผนงานเพิ่มขีดสมรรถนะในการกำกับและติดตามการปฏิบัติราชการในภูมิภาคของรองนายกรัฐมนตรี	●	●	●	●	●	

กลยุทธ์ ๑.๒ สนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด : จำนวนโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาล

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	≥๖ โครงการ	≥๗ โครงการ	≥๘ โครงการ	≥๙ โครงการ	≥๑๐ โครงการ

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑. แผนงานส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายอำนาจสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	●	●	●	●	●	**หน่วยงานหลัก :** สปน.
๒. แผนงานส่งเสริมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของราชการ	●	●	●	●	●	
๓. แผนงานสนับสนุนและพัฒนาศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล	●	●	●	●	●	
๔. แผนงานส่งเสริมการยกระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน	●	●	●	●	●	

เป้าประสงค์ ๒. เพิ่มขีดความสามารถในการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างโปร่งใส่และเป็นรูปธรรม

ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จของการขับเคลื่อนการบริหารราชการได้ตามแผน

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐

กลยุทธ์ ๒.๑ พัฒนาโครงสร้างและศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงในทุกมิติ

ตัวชี้วัด : จำนวนโครงการที่พัฒนา/ปรับปรุงโครงสร้างหรือศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงในทุกมิติ

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	≥๒ โครงการ	≥๒ โครงการ	≥๓ โครงการ	≥๓ โครงการ	≥๓ โครงการ

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑. แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ	●	●	●	●	●	**หน่วยงานหลัก :** ทุกหน่วยงาน
๒. แผนงานพัฒนาโครงสร้างและขับเคลื่อนภารกิจพื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของหน่วยงาน	●	●	●	●	●	

กลยุทธ์ ๒.๒ ส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้

ตัวชี้วัด : คะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงภาครัฐ (ITA)

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	๘๕ คะแนน	๘๕ คะแนน	๘๕ คะแนน	๙๐ คะแนน	๙๐ คะแนน

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
แผนงานส่งเสริมธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในหน่วยงานภาครัฐ	●	●	●	●	●	**หน่วยงานหลัก :** สปน. กปส. และ สคบ.

กรอบแนวทางที่ ๓
ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรมและทั่วถึง

เป้าประสงค์ ๑ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในสังคม

ตัวชี้วัด : ร้อยละของเรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติ

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๖๖	ร้อยละ ๖๘	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔

กลยุทธ์ ๑.๑ พัฒนามาตรการ แนวทางและกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

ตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
แผนงานพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานหลัก :</u>** สคบ.

กลยุทธ์ ๑.๒ ส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด : จำนวนแนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการรวมกับผู้ประกอบธุรกิจ

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	๑ แนวทาง/มาตรการ	๑ แนวทาง/มาตรการ	๑ แนวทาง/มาตรการ	๑ แนวทาง/มาตรการ	๑ แนวทาง/มาตรการ

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
แผนงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานหลัก :</u>** สคบ.

เป้าประสงค์ ๒. บูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

ตัวชี้วัด : จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย

กลยุทธ์ ๒.๑ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

ตัวชี้วัด : ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	●	●	●	●	●	**หน่วยงานหลัก :** สคบ.

กลยุทธ์ ๒.๒ ผลักดันให้เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและยั่งยืน

ตัวชี้วัด : ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๕๕	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๖๕	ร้อยละ ๗๐

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑. แผนงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	●	●	●	●	●	**หน่วยงานหลัก :** สคบ.
๒. แผนงานสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง	●	●	●	●	●	**หน่วยงานหลัก :** สปน.

กลยุทธ์ ๒.๓ พัฒนางานบริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย

ตัวชี้วัด : ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ระดับ ๓	ระดับ ๓	ระดับ ๓	ระดับ ๓	ระดับ ๓

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
แผนงานดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	●	●	●	●	●	<u>หน่วยงานหลัก :</u> สคบ.

กรอบแนวทางที่ ๔
พลิกโฉมการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนภารกิจรัฐบาลและสร้างการรับรู้ของประชาชน

เป้าประสงค์ ๑. การประชาสัมพันธ์ของรัฐเข้มแข็ง สร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชน เกิดสังคมแห่งภูมิปัญญาและค่านิยมที่ดี

ตัวชี้วัด : ร้อยละของการรับรู้ ความเข้าใจ และการใช้สื่อสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของประชาชน

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔	ร้อยละ ๗๖

กลยุทธ์ ๑.๑ รับฟังเสียงสะท้อนของประชาชน เพื่อประกอบการกำหนดเนื้อหาการประชาสัมพันธ์สนับสนุนภารกิจภาครัฐ

ตัวชี้วัด : จำนวนการดำเนินงานเพื่อรับฟังเสียงสะท้อนของประชาชน ประกอบการกำหนดเนื้อหาประชาสัมพันธ์

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	≥ ๑ ครั้ง	≥ ๑ ครั้ง	≥ ๒ ครั้ง	≥ ๒ ครั้ง	≥ ๓ ครั้ง

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
โครงการสำรวจความคิดเห็นและรับฟังความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชน	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานหลัก :</u>** กปส.

กลยุทธ์ ๑.๒ สร้างสังคมแห่งภูมิรู้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

ตัวชี้วัด : ร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารภาครัฐของกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔	ร้อยละ ๗๖

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑. โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมและขยายผลนโยบายภาครัฐและเรื่องสื่อสารสำคัญของประเทศ	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานหลัก :</u>** กปส.
๒. โครงการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียนและด้านต่างประเทศ	●	●	●	●	●	

เป้าประสงค์ ๒ การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อต่อต้านข่าวปลอม และพัฒนาช่องทางและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน

ตัวชี้วัด : ร้อยละการรับรู้และเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของประชาชน

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔	ร้อยละ ๗๖

กลยุทธ์ ๒.๑ การบริหารข้อมูลข่าวสารและการจัดการข่าวปลอม

ตัวชี้วัด : จำนวนข้อมูลข่าวสารที่บริหารจัดการเพื่อต่อต้านข่าวปลอม

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	๒๐๐ ข่าว	๒๒๐ ข่าว	๒๔๐ ข่าว	๒๖๐ ข่าว	๒๘๐ ข่าว

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
โครงการบริหารจัดการข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานหลัก :</u>** กปส.

กลยุทธ์ ๒.๒ สร้างเครือข่ายและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เพื่อสร้างการรับรู้ที่เท่าทันให้แก่ประชาชน

ตัวชี้วัด : จำนวนเครือข่ายเพื่อสร้างการรับรู้ที่เท่าทันให้แก่ประชาชน

ค่าเป้าหมาย

ปีงบประมาณ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
ค่าเป้าหมาย	๕๐ คน	๗๐ คน	๙๐ คน	๑๐๐ คน	๑๐๐ คน

แผนงาน/โครงการ

แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ					ผู้รับผิดชอบ
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑. โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสาธารณประโยชน์	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานหลัก :</u>** กปส.
๒. พัฒนาสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ระดับภูมิภาค ๔ ภาค (ทีวีภูมิภาค)	●	●	●	●	●	
๓. แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	●	●	●	●	●	**<u>หน่วยงานสนับสนุน :</u>** สคบ.

บทที่ ๕

การขับเคลื่อนติดตามและประเมินผล

การขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการ

การขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ จะต้องมีการแปลงประเด็นกรอบแนวทางทั้ง ๔ แนวทาง ไปสู่การปฏิบัติ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกหน่วยงานภายใต้หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในแต่ละประเด็นกรอบแนวทาง ดังนี้

กรอบแนวทาง	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	หน่วยงาน
๑. การเสริมสร้างความมั่นคงของชาติด้านเอกลักษณ์ของชาติและความเข้าใจอันดีในสถาบันหลัก	ขับเคลื่อนภารกิจการเสริมสร้างด้านเอกลักษณ์ของชาติและสถาบันหลักเพื่อความ-มั่นคงของชาติ	๑.๑ ส่งเสริมการดำเนินโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ	สปน. (หลัก)
		๑.๒ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติเพื่อสร้างการรับรู้ที่เหมาะสมให้กับประชาชนในประเทศและประชาคมโลก	กปส. (หลัก) สปน. (สนับสนุน)
		๑.๓ เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลักชองชาติ	สปน. (หลัก) กปส. และ สคบ. (สนับสนุน)
๒. การขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างมีประสิทธิภาพ	๑. ยกระดับการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ	๑.๑ พัฒนาแนวทางการบูรณาการและกลไกในการติดตามการบริหารราชการแผ่นดินให้มีประสิทธิภาพ	สปน. (หลัก)
		๑.๒ สนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ	สปน. (หลัก)
	๒. เพิ่มขีดความสามารถในการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างเป็นรูปธรรม	๒.๑ พัฒนาโครงสร้างและศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงในทุกมิติ	ทุกหน่วยงาน
		๒.๒ ส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้	ทุกหน่วยงาน
๓. ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรมและทั่วถึง	๑.พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในสังคม	๑.๑ พัฒนามาตรการหรือแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพและสอดรับกับสถานการณ์ปัจจุบัน	สคบ. (หลัก)
		๑.๒ ส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค	สคบ. (หลัก)
	๒ บูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภค	๒.๑ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น	สคบ. (หลัก)

กรอบแนวทาง	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	หน่วยงาน
	อย่างทั่วถึง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม	๒.๒ ผลักดันให้เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและยั่งยืน	
		๒.๓ พัฒนางานบริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย	สคบ. (หลัก) สปน. (สนับสนุน)
๔. พลิกโฉมการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนภารกิจรัฐบาลและสร้างการรับรู้ของประชาชน	๑.การประชาสัมพันธ์ของรัฐเข้มแข็ง สร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชน เกิดสังคมแห่งภูมิปัญญาและค่านิยมที่ดี	๑.๑ รับฟังเสียงสะท้อนของประชาชน เพื่อประกอบการกำหนดเนื้อหาการประชาสัมพันธ์สนับสนุนภารกิจภาครัฐ	กปส.
		๑.๒ สร้างสังคมแห่งภูมิรู้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ	กปส.
	๒.การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อต่อต้านข่าวปลอม และพัฒนาช่องทางและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน	๒.๑ การบริหารข้อมูลข่าวสารและการจัดการข่าวปลอม	กปส. (หลัก)
		๒.๒ สร้างเครือข่ายและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เพื่อสร้างการรับรู้ที่เท่าทันให้แก่ประชาชน	กปส. (หลัก) สคบ. (สนับสนุน)

กลไกการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ

การแปลงแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพในครั้งนี้ มุ่งเน้นการดำเนินการภายใต้กระบวนการ PDCA หรือ การวางแผน (Plan) การดำเนินการตามแผน (Do) การตรวจสอบ (Check) และการดำเนินการแก้ไขปัญหาที่พบ (Act) โดยมีขั้นตอนสำคัญในการแปลงแผนดังนี้

การวางแผน (Plan)

๑) การทบทวนปัญหา ผลการดำเนินการ บทบาทหน้าที่ของหน่วยงาน ระดมความเห็นทุกภาคส่วนเพื่อกำหนดทิศทางองค์กร

๒) การจัดทำแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

การดำเนินการตามแผน (Do)

๑) การแปลงแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปีของหน่วยงาน หรือการนำข้อมูลไปทบทวนเพื่อปรับปรุงแผนการดำเนินงาน/โครงการ/กิจกรรมตามกลยุทธ์ หรือตัวชี้วัดที่รับผิดชอบ

๒) การกำหนดรายละเอียดและหลักเกณฑ์ของตัวชี้วัด ทั้งในระดับเป้าประสงค์ และระดับกลยุทธ์ในทุกประเด็นกรอบแนวทางให้สามารถวัดผลได้ และสะท้อนผลสัมฤทธิ์อย่างแท้จริง

๓) การถ่ายทอดแผนปฏิบัติราชการ ตลอดจนเป้าหมายการดำเนินการ ให้แก่หน่วยงานเพื่อเป็นกรอบแนวทางการดำเนินงาน

๔) เสริมสร้างความเข้าใจในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการให้แก่บุคลากรในหน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ทั้ง ๓ หน่วยงานอย่างทั่วถึง เพื่อให้บุคลากรสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการดำเนินงานต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

๕) การกำหนดแนวทางให้แผนปฏิบัติราชการมีการถ่ายทอดเชื่อมโยงลงไปถึงการกำหนดตัวชี้วัดระดับสำนัก/กอง/กลุ่ม/ศูนย์ (PA) และตัวชี้วัดระดับบุคคล (IPA) เพื่อสร้าง commitment ในการขับเคลื่อนแผน-ปฏิบัติราชการร่วมกัน

การตรวจสอบ (Check)

๑) การกำหนดกรอบและกระบวนวิธีการกำกับ ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินโครงการร่วมกันของแต่ละหน่วยงานภายใต้กรอบหลักเกณฑ์ที่กำหนด ตลอดจนการพัฒนาระบบการกำกับ ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อใช้สนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติราชการที่กำหนดไว้

๒) การรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการเป็นระยะ อย่างน้อยปีงบประมาณละ ๑ ครั้ง เพื่อให้ทราบผลความก้าวหน้า รวมทั้งปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงาน หากพบปัญหาอุปสรรคเกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินงาน หรือมีสภาวการณ์ภายใต้บริบทที่เปลี่ยนแปลงไป จะได้สามารถปรับปรุงแก้ไขได้ทันท่วงที

การดำเนินการแก้ไขปัญหาที่พบ (Act)

ดำเนินการทบทวนแผนงาน/โครงการเพื่อสรุปประเด็นปัญหาอุปสรรคอย่างต่อเนื่อง และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แผนงาน/โครงการ และแผนปฏิบัติราชการในภาพรวมบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

การวัดและคำอธิบายตัวชี้วัด

กรอบแนวทางที่ ๑ การเสริมสร้างความมั่นคงของชาติด้านเอกลักษณ์ของชาติและความเข้าใจอันดีในสถาบันหลัก

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
เป้าประสงค์ ๑ ขับเคลื่อนภารกิจการเสริมสร้างด้านเอกลักษณ์ของชาติและสถาบันหลักเพื่อความมั่นคงของชาติ					
ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินแผนงาน/โครงการเพื่อขับเคลื่อนภารกิจการเสริมสร้างด้านเอกลักษณ์ของชาติและสถาบันหลักเพื่อความมั่นคงของชาติครบถ้วนตามแผนที่กำหนด **<u>คำอธิบาย</u>** วัดความสำเร็จของการดำเนินงานแผนงาน/โครงการด้านเอกลักษณ์ของชาติ หรือสถาบันหลักของชาติ ภายใต้เป้าประสงค์ ขับเคลื่อนภารกิจการเสริมสร้างด้านเอกลักษณ์ของชาติเพื่อความมั่นคงของชาติ	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
๑. ส่งเสริมการดำเนินโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ ๒. ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติเพื่อสร้างการรับรู้ที่เหมาะสมให้กับประชาชนในประเทศและประชาคมโลก ๓. บูรณาการการปฏิบัติงานกับทุกภาคส่วนเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อสถาบันหลักของชาติ **<u>วิธีการวัดผล</u>** จำนวนแผนงาน/โครงการที่มีการดำเนินการสำเร็จ / จำนวนแผนงาน/โครงการที่กำหนดในแต่ละกลยุทธ์ภายใต้แผนฯ x ๑๐๐					
กลยุทธ์ ๑.๑ ส่งเสริมการดำเนินโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ					
ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินแผนงาน/โครงการเพื่อขับเคลื่อนภารกิจด้านเอกลักษณ์ของชาติเพื่อความมั่นคงของชาติครบถ้วนตามแผนที่กำหนด **<u>คำอธิบาย</u>** วัดความสำเร็จของการดำเนินงานแผนงาน/โครงการเพื่อขับเคลื่อนภารกิจด้านเอกลักษณ์ของชาติเพื่อความมั่นคงของชาติ ตามแผนงานปลูกจิตสำนึกและสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยครบถ้วนตามที่กำหนด **<u>วิธีการวัดผล</u>** วัดจำนวนโครงการที่มีการดำเนินงานในแต่ละปี เปรียบเทียบกับค่าเป้าหมายที่กำหนด จำนวนแผนงาน/โครงการที่มีการดำเนินการสำเร็จ / จำนวนแผนงาน/โครงการที่กำหนดไว้ภายใต้แผนฯ x ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
กลยุทธ์ ๑.๒ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติเพื่อสร้างการรับรู้ที่เหมาะสมให้กับประชาชนในประเทศและประชาคมโลก					
ร้อยละของการรับรู้ ความเข้าใจ เชื่อมั่นและและนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ **<u>คำอธิบาย</u>** พิจารณาจากผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อกิจกรรม และสื่อดิจิทัล ในโครงการ และกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติไปยังกลุ่มเป้าหมายในประเทศและประชาคมโลก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ มีความเข้าใจ มีความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสาร และนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ **<u>วิธีการวัดผล</u>** พิจารณาจากการประเมินผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ในประเด็นกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ มีความเข้าใจ มีความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสาร และนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ ผ่านโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติ	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔	ร้อยละ ๗๖
กลยุทธ์ ๑.๓ เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลักชองชาติ					
ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินแผนงาน/โครงการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลักชองชาติครบถ้วนตามแผนที่กำหนด **<u>คำอธิบาย</u>** วัดความสำเร็จของการดำเนินงานแผนงาน/โครงการโครงการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลักชองชาติครบถ้วนตามแผน ๑. แผนงานการจัดงานเฉลิมพระเกียรติและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์	≥๖ โครงการ	≥๗ โครงการ	≥๘ โครงการ	≥๙ โครงการ	≥๑๐ โครงการ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
๒. แผนงานการจัดงานพระราชพิธี รัฐพิธี ศาสนพิธี และกิจกรรมสำคัญประจำปี ๓. แผนงานขับเคลื่อนและสนับสนุนงานจิตอาสา **<u>วิธีการวัดผล</u>** วัดจำนวนโครงการที่มีการดำเนินงานในแต่ละปี เปรียบเทียบกับค่าเป้าหมายที่กำหนด จำนวนแผนงาน/โครงการที่มีการดำเนินการสำเร็จ / จำนวนแผนงาน/โครงการที่กำหนดไว้ภายใต้แผนฯ x ๑๐๐					

กรอบแนวทางที่ ๒ การขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
เป้าประสงค์ ๑. ยกระดับการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ					
ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลครบถ้วนตามแผน **<u>คำอธิบาย</u>** วัดความสำเร็จของการดำเนินงานภายใต้แผนงาน/โครงการภายใต้เป้าประสงค์ยกระดับการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้ ๑. พัฒนาแนวทางการบูรณาการและกลไกในการติดตามการบริหารราชการแผ่นดินให้มีประสิทธิภาพ ๒. สนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ **<u>วิธีการวัดผล</u>** จำนวนแผนงาน/โครงการที่มีการดำเนินการสำเร็จ / จำนวนแผนงาน/โครงการที่กำหนดในแต่ละกลยุทธ์ภายใต้แผนฯ x ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
กลยุทธ์ ๑.๑ พัฒนาแนวทางการบูรณาการและกลไกในการติดตามการบริหารราชการแผ่นดินให้มีประสิทธิภาพ					
ร้อยละข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เสนอต่อนายกรัฐมนตรีเป็นข้อเสนอแนะเชิงบูรณาการ **<u>คำอธิบาย</u>** วัดความสำเร็จในการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงบูรณาการ เพื่อผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน **<u>วิธีการวัดผล</u>** ข้อเสนอแนะเชิงบูรณาการ / ข้อเสนอแนะทั้งหมด x ๑๐๐	ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๑๐๐
กลยุทธ์ ๑.๒ สนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพ					
จำนวนโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาล **<u>คำอธิบาย</u>** วัดความสำเร็จของการดำเนินงานของหน่วยงานที่สอดรับกับนโยบายรัฐบาลภายใต้แผนงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ๑. แผนงานส่งเสริมและสนุบสนุนการกระจายอำนาจสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ๒. แผนงานส่งเสริมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของราชการ ๓. แผนงานสนับสนุนและพัฒนาศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล ๔. แผนงานส่งเสริมการยกระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน **<u>วิธีการวัดผล</u>** วัดตามจำนวนโครงการที่มีการดำเนินงานภายใต้แผนงานที่กำหนด เปรียบเทียบกับค่าเป้าหมายที่กำหนด	≥๖ โครงการ	≥๗ โครงการ	≥๘ โครงการ	≥๙ โครงการ	≥๑๐ โครงการ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
เป้าประสงค์ ๒ เพิ่มขีดความสามารถในการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างเป็นรูปธรรม					
ร้อยละความสำเร็จของการขับเคลื่อนการบริหารราชการได้ตามแผน **<u>คำอธิบาย</u>** วัดความสำเร็จของการการขับเคลื่อนการบริหารราชการผ่านการดำเนินงานแผนงาน/โครงการภายใต้กลยุทธ์ของเป้าประสงค์เพิ่มขีดความสามารถในการขับเคลื่อนการบริหารราชการแผ่นดินอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้ ๑. พัฒนาโครงสร้างและศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงในทุกมิติ ๒. ส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้ **<u>วิธีการวัดผล</u>** จำนวนแผนงาน/โครงการที่มีการดำเนินการสำเร็จ / จำนวนแผนงาน/โครงการที่กำหนดในแต่ละกลยุทธ์ภายใต้แผนฯ x ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐
กลยุทธ์ ๒.๑ พัฒนาโครงสร้างและศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงในทุกมิติ					
จำนวนโครงการที่พัฒนา/ปรับปรุงโครงสร้างหรือศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงในทุกมิติ **<u>คำอธิบาย</u>** วัดความสำเร็จของการดำเนินงานขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างและศักยภาพบุคลากรผ่านการดำเนินเงินของหน่วยงานภายใต้แผนงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ๑.แผนงานพัฒนาและบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ ๒.แผนงานพัฒนาโครงสร้างและขับเคลื่อนภารกิจพื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของหน่วยงาน	≥๒ โครงการ/กิจกรรม	≥๒ โครงการ/กิจกรรม	≥๓ โครงการ/กิจกรรม	≥๓ โครงการ/กิจกรรม	≥๓ โครงการ/กิจกรรม

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
วิธีการวัดผล วัดตามจำนวนโครงการที่มีการดำเนินงานภายใต้แผนงานที่กำหนด เปรียบเทียบกับค่าเป้าหมายที่กำหนด					
กลยุทธ์ ๒.๒ ส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้					
คะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) **คำอธิบาย** วัดความสำเร็จในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ จากผลคะแนน การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) **วิธีการวัดผล** คะแนนเฉลี่ยจากประเมินคุณธรรมโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) จากสำนักงาน ป.ป.ช. ของ สปน. กปส. และ สคบ. ที่ได้เปรียบเทียบกับค่าเป้าหมายที่กำหนด	๘๕ คะแนน	๘๕ คะแนน	๘๕ คะแนน	๙๐ คะแนน	๙๐ คะแนน

กรอบแนวทางที่ ๓ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรมและทั่วถึง

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
เป้าประสงค์ ๑. พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในสังคม					
ร้อยละของเรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติ **คำอธิบาย** เรื่องร้องทุกข์ที่ได้รับการแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติ คือ การแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ในปีปัจจุบันและอดีตที่ได้รับจนได้ข้อยุติ ตามนิยามดังนี้ ๑) เรื่องที่เจ้าหน้าที่ดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยจนได้ข้อยุติหรือสำเร็จ ๒) เรื่องที่คณะอนุกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยจนได้ข้อยุติหรือสำเร็จ และ ๓) เรื่อง	ร้อยละ ๖๖	ร้อยละ ๖๘	ร้อยละ ๗๐	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
ที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแล้วมีมติให้ยุติเรื่องหรือสั่งฟ้องดำเนินคดี **<u>วิธีการวัดผล</u>** ค่าเฉลี่ยร้อยละการแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติ (เรื่องคงค้าง และเรื่องรับใหม่)					
กลยุทธ์ ๑.๑ พัฒนามาตรการ แนวทางและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน					
ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค **<u>คำอธิบาย</u>** แผนพัฒนากฎหมายของ สคบ. ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ และแผนพัฒนากฎหมายของ สคบ. ประจำปี มีเป้าหมายดังนี้ ๑. การมีกฎหมายเพียงเท่าที่จำเป็น โดยยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมายที่หมดความจำเป็นล้าสมัย หรือไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ หรือที่เป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิต หรือการประกอบอาชีพ เพื่อไม่ให้เป็นภาระแก่ประชาชน ๒. การพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับหลักสากลและพันธกรณีระหว่างประเทศ ๓. การลดความซ้ำซ้อนและขัดแย้งกันของกฎหมาย ๔. การลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม ๕. การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ผลกระทบในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณากำหนดประเด็นหลักในการจัดทำกฎหมายใหม่ การปรับปรุงแก้ไข เพิ่มเติม ยกเลิกกฎหมายเดิมในแต่ละปี	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๐

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
<u>วิธีการวัดผล</u> จำนวนกฎหมายที่ดำเนินการบรรลุเป้าหมายภายใต้แผนฯ / จำนวนกฎหมายภายใต้แผนฯ x ๑๐๐					
กลยุทธ์ ๑.๒ ส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค					
จำนวนแนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจ **<u>คำอธิบาย</u>** แนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจ หมายถึง แนวทางหรือมาตรการในการปฏิบัติร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจในการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนี้ (๑) ต้นน้ำ ได้แก่ การให้ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ ผู้ประกอบธุรกิจ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจเข้าสู่ระบบของภาครัฐ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นต้น (๒) กลางน้ำ ได้แก่ การผลักดันให้ผู้ประกอบธุรกิจมีมาตรการหรือจรรยาบรรณในการรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หรือการส่งเสริมผู้ประกอบธุรกิจที่ดี เช่น การมอบตราสัญลักษณ์ โล่รางวัล เป็นต้น และ (๓) ปลายน้ำ ได้แก่ แนวทาง/มาตรการในการแก้ไขปัญหาหรือเยียวยาผู้บริโภคกรณีที่ถูกละเมิดสิทธิการให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎหมาย **<u>วิธีการวัดผล</u>** ความสำเร็จในการขับเคลื่อนแนวทาง/มาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจ	๑ แนวทาง/มาตรการ	๑ แนวทาง/มาตรการ	๑ แนวทาง/มาตรการ	๑ แนวทาง/มาตรการ	๑ แนวทาง/มาตรการ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
เป้าประสงค์ ๒ บูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม					
จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ **<u>คำอธิบาย</u>** นโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หมายความรวมถึง นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่ สคบ. เป็นเจ้าภาพเอง หรือที่ สคบ. ร่วมดำเนินการกับหน่วยงานอื่น **<u>วิธีการวัดผล</u>** ความสำเร็จของการขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย	๑ นโยบาย
กลยุทธ์ ๒.๑ ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น					
ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น **<u>คำอธิบาย</u>** การขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น คือ การส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และกำกับติดตามการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตามคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแต่งตั้งคณะอนุกรรมการในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ๑) รับเรื่องและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ๒) ติดตามสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ๓) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ และ ๔) การพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนให้มีความเข้มแข็ง **<u>วิธีการวัดผล</u>** ระดับ ๑ มีการจัดทำแผนพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๖๗๐) โดยกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานแต่ละปีให้มีความชัดเจน และนำเสนอต่อผู้บริหารให้ความเห็นชอบ	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕	ระดับ ๕

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
ระดับ ๒ มีการดำเนินการตามแผนพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นตามเป้าหมายที่กำหนด ระดับ ๓ มีการวิเคราะห์และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรอบ ๖ เดือน ระดับ ๔ มีการวิเคราะห์และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรอบ ๙ เดือน ระดับ ๕ มีการวิเคราะห์และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรอบ ๑๒ เดือน					
กลยุทธ์ ๒.๒ ผลักดันให้เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและยั่งยืน					
ร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด **<u>คำอธิบาย</u>** ๑. เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่มีการรวมกลุ่มโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จากภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ เครือข่ายภาคประชาสังคม เครือข่ายภาคผู้ประกอบธุรกิจ เครือข่ายภาครัฐ เครือข่ายภาคสถานศึกษา เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ ๒. เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ เครือข่ายฯ ที่มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์การดำเนินงานของภาคีเครือข่ายแต่ละภาคส่วน โดยการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ๑) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือจัดการรณรงค์ให้ความรู้ ๒) การเฝ้าระวัง สอดส่องและตรวจสอบผู้ประกอบธุรกิจ และ ๓) การให้คำปรึกษา รับเรื่องราวร้องทุกข์ช่วยเหลือ และ ๔) การประสานงานหน่วยงานภาครัฐ	ร้อยละ ๕๐	ร้อยละ ๕๕	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๖๕	ร้อยละ ๗๐

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
<u>วิธีการวัดผล</u> ค่าเฉลี่ยร้อยละของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามเกณฑ์ที่กำหนด $\frac{\text{เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามเกณฑ์ที่กำหนด}}{\text{เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมด}} \times ๑๐๐$					
กลยุทธ์ ๒.๓ พัฒนางานบริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย					
ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	ระดับ ๓	ระดับ ๓	ระดับ ๓	ระดับ ๓	ระดับ ๓
<u>คำอธิบาย</u> การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการทำงานของเจ้าหน้าที่ โดยการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเดิมที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น หรือการพัฒนาระบบขึ้นใหม่ **<u>วิธีการวัดผล</u>** ระดับ ๑ มีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ระดับ ๒ - ระดับ ๓ มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๑ ระบบ ระดับ ๔ - ระดับ ๕ มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือนวัตกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๒ ระบบ					

กรอบแนวทางที่ ๔ พลิกโฉมการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนภารกิจรัฐบาลและสร้างการรับรู้ของประชาชน

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
เป้าประสงค์ ๑. การประชาสัมพันธ์ของรัฐเข้มแข็ง สร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชน เกิดสังคมแห่งภูมิปัญญาและค่านิยมที่ดี					
ร้อยละของการรับรู้ ความเข้าใจ และการใช้สื่อสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของประชาชน **<u>คำอธิบาย</u>** พิจารณาจากผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อที่สร้างสรรค์ของกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อกิจกรรม และสื่อดิจิทัล เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ มีความเข้าใจ และนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต **<u>วิธีการวัดผล</u>** พิจารณาจากการประเมินผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการใช้สื่อสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต ในประเด็นกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ มีความเข้าใจ และนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔	ร้อยละ ๗๖
กลยุทธ์ ๑.๑ รับฟังเสียงสะท้อนของประชาชน เพื่อประกอบการกำหนดเนื้อหาการประชาสัมพันธ์สนับสนุนภารกิจภาครัฐ					
จำนวนการดำเนินงานเพื่อรับฟังเสียงสะท้อนของประชาชน ประกอบการกำหนดเนื้อหาประชาสัมพันธ์ **<u>คำอธิบาย</u>** ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนได้ด้วยการรับฟังเสียงสะท้อน เหตุผลความจำเป็น ความคิดเห็น ความรู้สึก และข้อเสนอแนะของประชาชนและกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม จึงสมควรอย่างยิ่งที่กรมฯ จะจัดให้มีกระบวนการรับฟังเสียงประชาชนอย่างสม่ำเสมอด้วยวิธีการต่างๆ อาทิ การสำรวจ การสัมภาษณ์ เวทีการสัมมนาผ่านสื่อของ กปส. การสอบถาม	≥๑ ครั้ง	≥๑ ครั้ง	≥๒ ครั้ง	≥๒ ครั้ง	≥๓ ครั้ง

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
ผ่านระบบออนไลน์ ฯลฯ อย่างครอบคลุมและสม่ำเสมอในภาพรวม และรับข้อมูลรายละเอียดในประเด็นสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนการกำหนดนโยบายและชี้นำประเด็นสำคัญ (Agenda Setting) **<u>วิธีการวัดผล</u>** พิจารณาความสำเร็จจากจำนวนครั้งในการดำเนินการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน					
กลยุทธ์ ๑.๒ สร้างสังคมแห่งภูมิรู้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ					
ร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารภาครัฐของกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ **<u>คำอธิบาย</u>** พิจารณาจากผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อกิจกรรม และสื่อดิจิทัล **<u>วิธีการวัดผล</u>** พิจารณาจากการประเมินผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ในประเด็นกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารภาครัฐ	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔	ร้อยละ ๗๖
เป้าประสงค์ ๒. การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อต่อต้านข่าวปลอม และพัฒนาช่องทางและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน					
ร้อยละการรับรู้และเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของประชาชน **<u>คำอธิบาย</u>** พิจารณาจากผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องแก่กลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อต่าง ๆ ของ	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๒	ร้อยละ ๗๔	ร้อยละ ๗๖

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
กรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อกิจกรรม และสื่อดิจิทัล **<u>วิธีการวัดผล</u>** พิจารณาจากการประเมินผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ในประเด็นกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ และมีความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่อย่างถูกต้อง					
กลยุทธ์ ๒.๑ การบริหารข้อมูลข่าวสารและการจัดการข่าวปลอม					
จำนวนข้อมูลข่าวสารที่บริหารจัดการเพื่อต่อต้านข่าวปลอม **<u>คำอธิบาย</u>** คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ มอบหมายให้กรมประชาสัมพันธ์ รับผิดชอบการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐและจัดการข่าวปลอม เพื่อบริหารข้อมูลสร้างความรับรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนเกี่ยวกับการปฏิบัติราชการของส่วนราชการ รวมถึงการตรวจสอบ แสวงหา แก้ไข สื่อสารชี้แจงข้อเท็จจริงแก่ประชาชนในการจัดการข่าวปลอม **<u>วิธีการวัดผล</u>** พิจารณาจากจำนวนข้อมูลข่าวสารที่ให้ส่วนราชการชี้แจงสร้างความรับรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนและการสื่อสารชี้แจงข้อเท็จจริงแก่ประชาชนในการจัดการข่าวปลอมภายในเวลาที่กำหนด	๒๐๐ ข่าว	๒๒๐ ข่าว	๒๔๐ ข่าว	๒๖๐ ข่าว	๒๘๐ ข่าว
กลยุทธ์ ๒.๒ สร้างเครือข่ายและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ เพื่อสร้างการรับรู้ที่เท่าทันให้แก่ประชาชน					
จำนวนเครือข่ายเพื่อสร้างการรับรู้ที่เท่าทันให้แก่ประชาชน **<u>คำอธิบาย</u>** จัดกิจกรรมอบรม/สัมมนา สร้างและพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนกลาง และในพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต/สำนักงาน	๕๐ คน	๗๐ คน	๙๐ คน	๑๐๐ คน	๑๐๐ คน

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐
ประชาสัมพันธ์จังหวัด เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว มีคุณภาพและเชื่อถือได้ โดยผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ตลอดจนผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์ของเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุมพื้นที่มากยิ่งขึ้น **<u>วิธีการวัดผล</u>** จำนวนผู้ผ่านการอบรม/สัมมนา เป็นเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ผ่านแบบประเมินผลหลังการอบรม/สัมมนา และผ่านการประเมินโดยการสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม					

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานจัดทำแผนยุทธศาสตร์สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐

คำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี
ที่ ๒๙๒/๒๕๖๔
เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี
(สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)
ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

การบริหารราชการภาครัฐในปัจจุบันจำเป็นต้องมีแผนปฏิบัติราชการระดับกระทรวง เพื่อกำหนดทิศทางของหน่วยงานภายในให้เชื่อมประสานสอดคล้อง มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งเป็นกรอบการดำเนินงานของหน่วยงานในแต่ละปีงบประมาณให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจุบันสำนักนายกรัฐมนตรีมีหน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน ๓ หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในห้วงเวลาที่ผ่านมาได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติราชการของสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕ ซึ่งแผนดังกล่าวจะสิ้นสุดลงในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานภารกิจของสำนักนายกรัฐมนตรีใน ๓ หน่วยงานดังกล่าวข้างต้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ สามารถสอดรับและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ จึงเห็นสมควรให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติราชการของสำนักนายกรัฐมนตรี ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ให้สอดคล้องกับช่วงระยะเวลาของแผนในระดับต่าง ๆ ตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ และให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของทั้ง ๓ หน่วยงาน

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๖ และ ๑๗ แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๓๔ และที่แก้ไขเพิ่มเติม จึงให้แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ โดยมีองค์ประกอบ หน้าที่และอำนาจ ดังต่อไปนี้

๑. องค์ประกอบ

๑.๑	ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	ประธานคณะทำงาน
๑.๒	อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์	คณะทำงาน
๑.๓	เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	คณะทำงาน
๑.๔	รองปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี หรือผู้ตรวจราชการสำนักนายกรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมายให้กำกับดูแลสำนักแผนงานและกิจการพิเศษ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	คณะทำงาน
๑.๕	ผู้อำนวยการสำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์	คณะทำงาน

๑.๖ ผู้อำนวยการ...

๑.๖	ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	คณะทำงาน
๑.๗	ผู้อำนวยการสำนักแผนงานและกิจการพิเศษ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	คณะทำงานและเลขานุการ
๑.๘	ผู้อำนวยการส่วนยุทธศาสตร์และงบประมาณ สำนักแผนงานและกิจการพิเศษ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	คณะทำงานและ ผู้ช่วยเลขานุการ
๑.๙	เจ้าหน้าที่สำนักแผนงานและกิจการพิเศษ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ได้รับมอบหมาย	คณะทำงานและ ผู้ช่วยเลขานุการ

๒. หน้าที่และอำนาจ

๒.๑ จัดทำแผนปฏิบัติราชการสำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายของรัฐบาล และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ เสนอปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบ

๒.๒ เชิญเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องมาชี้แจง หรือจัดส่งเอกสารข้อมูลให้คณะทำงาน

๒.๓ ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๗ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

(นายธีรภัทร ประยูรสิทธิ)
ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

ภาคผนวก ข

รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ของสำนักนายกรัฐมนตรี (ฉบับสมบูรณ์)

ท่านสามารถดาวน์โหลดรายงานผลการสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ของสำนักนายกรัฐมนตรี (ฉบับสมบูรณ์) ได้ผ่าน QR Code ด้านล่างนี้

tinyurl.com/PM-Shloder

ภาคผนวก ค

ข้อมูลบัญชีอักษรย่อหน่วยงาน

อักษรย่อ	ชื่อหน่วยงาน
สปน.	สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี
กปส.	กรมประชาสัมพันธ์
สคบ.	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค