

แบบสรุปรายงานผลความก้าวหน้าการดำเนินงานในรอบ 5 เดือน ปีงบประมาณ 2566
(ต.ค. 65 – ก.พ. 66)

1. ชื่อโครงการ โครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด TO BE NUMBER ONE
2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักงานโครงการ TO BE NUMBER ONE
3. วัตถุประสงค์
 1. เพื่อสร้างกระแส “การเป็นหนึ่งโดยไม่พึ่งยาเสพติด” ในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนอย่างต่อเนื่อง
 2. เพื่อขยายบริการและกิจกรรมเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตให้ครอบคลุม กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและเยาวชน
 3. เพื่อจัดบริการบำบัดรักษาและฟื้นฟูจิตใจเยาวชนสมาชิก “ใครติดยายกมือขึ้น” ตามแนวทางโครงการ TO BE NUMBER ONE
 4. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของเยาวชน วัยรุ่น ในการดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน สังคม และประเทศชาติ
 5. เพื่อสนับสนุนและเพิ่มโอกาส ให้ผู้เสพ ผู้ติดยาเสพติด ในการกลับตัวเป็นคนดีของสังคม
 6. เพื่อพัฒนาการดำเนินงานด้านการป้องกันปัญหายาเสพติดในกลุ่มเยาวชนวัยรุ่น สำหรับเครือข่ายหน่วยงาน/องค์กรภาครัฐ/เอกชนและสมาชิก TO BE NUMBER ONE ทั่วประเทศ อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
 7. เพื่อสร้างขวัญกำลังใจแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด
4. กลุ่มเป้าหมาย
 1. วัยรุ่นและเยาวชนอายุ 6 – 24 ปี
 2. กลุ่มวัยทำงาน
 3. ผู้เสพ ผู้ติดยาเสพติด
 4. ประชาชนทั่วไป
5. ตัวชี้วัด
 - เสิ่งปริมาณ
 - 1) จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประกวด/กิจกรรมสร้างสรรค์ในโครงการ TO BE NUMBER ONE ระดับภาค/ระดับประเทศ เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5
 - 2) จำนวนชมรม / ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ที่องค์ประธานโครงการทรงติดตามผลการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อยปีละ 15 แห่ง
 - เสิ่งคุณภาพ
 - 1) ร้อยละ 90 ของ จังหวัด อำเภอ และ ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น ตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ
 - 2) ร้อยละ 90 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต)
 - 3) จำนวนนวัตกรรม /องค์ความรู้การดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONEในพื้นที่ อย่างน้อย 10 เรื่อง

6. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

6.1 ป้องผลผลิต (Output) /เชิงปริมาณ

- อยู่ระหว่างดำเนินการ

6.2 ผลลัพธ์ (outcome) /เชิงคุณภาพ

- อยู่ระหว่างดำเนินการ

ระยะเวลาการดำเนินการ : ปีเริ่มต้น 2545 ถึง ปัจจุบัน

พื้นที่/กลุ่มเป้าหมาย : 76 จังหวัดทั่วประเทศ และ 50 เขตกรุงเทพมหานคร

งบประมาณ : 95,000,000 บาท (เก้าสิบล้านบาทถ้วน)

7. ผลการดำเนินงาน

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
1	จัดประชุมคณะกรรมการบูรณาการโครงการ TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2566 วันพุธที่ 5 ตุลาคม 2565 ณ กรมสุขภาพจิต	คณะกรรมการบูรณาการจาก 8 หน่วยงานหลัก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมประชุม 68 คน	ได้ข้อมูลผลการดำเนินงาน ปี 2565 ของหน่วยงานหลัก เพื่อเตรียมการประชุม คณะกรรมการอำนวยการ โครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไข ปัญหายาเสพติด ประจำปี 2566
2	จัดประชุมคณะกรรมการอำนวยการโครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไข ปัญหายาเสพติด TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2566 วันพุธที่ 30 พฤศจิกายน 2566 ณ สำนักงานปลัดกระทรวง สาธารณสุข	ทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี องค์ประธาน โครงการเสด็จเป็นองค์ประธานการประชุม โดยมีคณะกรรมการอำนวยการฯ และผู้บริหารระดับสูง จาก 8 หน่วยงานหลัก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมประชุม 150 คน	- องค์ประธานโครงการฯ ทรงทราบความก้าวหน้าและ แผนการดำเนินงานโครงการฯ ของ ทุกหน่วยงานหลัก และ การดำเนินงานในภาพรวม เพื่อทรงมีพระวินิจฉัย - ได้แนวทางการดำเนินงาน โครงการฯ ปี 2566 ตามพระประสงค์ของ องค์ประธานโครงการฯ เพื่อให้ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องนำไป จัดทำแผนการดำเนินงานของ หน่วยงานและบูรณาการกับภาค ส่วนต่างๆ

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
3	การรณรงค์ให้ความรู้จัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ 1) การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ 1.1) โทรทัศน์	1.1.1) ผลิตและเผยแพร่รายการ TO BE NUMBER ONE Variety ทุกวันเสาร์ สัปดาห์ละ 1 ตอน ทางสถานีโทรทัศน์ NBT เป็นระยะเวลา 5 เดือน (ต.ค.65 – ก.พ.66)	- วิทยุรุ่น เยาวชน และประชาชน มีความตระหนักและเห็นความสำคัญของปัญหายาเสพติด ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินงานโครงการฯ และการป้องกันและแก้ไขปัญหา ยาเสพติด
		1.1.2) ผลิต และเผยแพร่ สารคดี รายการ “คนเก่ง และดี TO BE NUMBER ONE” ทุกวันพฤหัสบดี สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 MCOT HD เป็นระยะเวลา 1 เดือน (ก.พ.66)	
	1.2) Social Network Facebook	- ผลิต และเผยแพร่รายการ TO BE NUMBER ONE CHANNEL ทาง Social Network Facebook เป็นระยะเวลา 5 เดือน (ต.ค.65 – ก.พ.66)	
	1.3) วิทยุ	- ผลิต และเผยแพร่รายการ TO BE NUMBER ONE Variety ทางสถานีวิทยุ ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ สถานี FM 105 MHz เป็นระยะเวลา 5 เดือน (ต.ค.65 – ก.พ.66)	
	1.4) หนังสือพิมพ์	- เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการทาง หนังสือพิมพ์ เป็นระยะเวลา 5 เดือน (ต.ค.65 – ก.พ.66)	
	2) การรณรงค์โดยการจัดกิจกรรม 2.1) องค์ประธานโครงการเสด็จเยี่ยมสมาชิกติดตามผลการดำเนินงาน เปิดชมรม TO BE NUMBER ONE และศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE (TO BE NUMBER ONE FRIEND CORNER) ในจังหวัดภูมิภา	ในรอบ 5 เดือน (ต.ค. 65 – ก.พ.66) จำนวน 11 จังหวัด ได้แก่ 1) จ.สมุทรสาคร (22 พ.ย. 65) 2) จ.พังงา (25 พ.ย. 65) 3) จ.นครราชสีมา (28 พ.ย. 65) 4) จ.ลำปาง (9 ธ.ค. 65) 5) จ.ลพบุรี (19 ธ.ค. 65) 6) จ.เพชรบูรณ์ (21 ธ.ค. 65) 7) จ.มหาสารคาม (10 ม.ค. 66)	- วิทยุรุ่น เยาวชนและประชาชนมีขวัญและกำลังใจในการร่วมกันรณรงค์และเกิดความยั่งยืนในการดำเนินงานศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE (TO BE NUMBER ONE FRIEND CORNER)

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
		8) จ.ภาพสินธุ์ (12 ม.ค. 66) 9) จ.พิจิตร (24 ม.ค.66) 10) จ.นครสวรรค์ (26 ม.ค.66) 11) จ.เชียงใหม่ (14 ก.พ. 66) โดยแต่ละจังหวัดมีผู้บริหารของจังหวัด วยรุ่นเยาวชน ประชาชน และเครือข่าย สมาชิก TO BE NUMBER ONE เข้าร่วมกิจกรรมและร่วมรับเสด็จ ประมาณ 2,000 – 3,000 คน/จังหวัด	
	2.2) คอนเสิร์ตองค์ประธานทรง แสดงร่วมกับสมาชิก TO BE NUMBER ONE IDOL และศิลปินใน โอกาสเสด็จเยี่ยมสมาชิกฯ ใน จังหวัดภูมิภาค	ในรอบ 5 เดือน (ต.ค. 65 – ก.พ.66) จำนวน 11 จังหวัด ได้แก่ 1) จ.สมุทรสาคร (22 พ.ย. 65) 2) จ.พังงา (25 พ.ย. 65) 3) จ.นครราชสีมา (28 พ.ย. 65) 4) จ.ลำปาง (9 ธ.ค. 65) 5) จ.สุพรรณบุรี (19 ธ.ค. 65) 6) จ.เพชรบูรณ์ (21 ธ.ค. 65) 7) จ.มหาสารคาม (10 ม.ค. 66) 8) จ.ภาพสินธุ์ (12 ม.ค. 66) 9) จ.พิจิตร (24 ม.ค.66) 10) จ.นครสวรรค์ (26 ม.ค.66) 11) จ.เชียงใหม่ (14 ก.พ. 66) โดยแต่ละจังหวัดมีผู้บริหารของจังหวัด วยรุ่นเยาวชน ประชาชน และเครือข่าย สมาชิก TO BE NUMBER ONE เข้าร่วม กิจกรรมและร่วมรับเสด็จประมาณ 5,000 – 6,000 คน/จังหวัด	- สร้างกระแส “ การเป็นหนึ่งใน โดยไม่พึ่งยาเสพติด ” และกระแส การเป็นเยาวชนต้นแบบเก่งและดี ให้เยาวชน / สมาชิก TO BE NUMBER ONE
	2.3) องค์ประธานโครงการเสด็จเยี่ยม สมาชิกติดตามผลการฯกรุงเทพมหานคร 2.4) จัดแข่งขัน TO BE NUMBER ONE TEEN DANCERISE THAILAND CHAMPIONSHIP ระดับ ภาคและระดับประเทศ 2023 แบ่งเป็น 3 รุ่น ● รุ่น Junior ● รุ่น Pre-Teenage ● รุ่น Teenage	● จัดการแข่งขันระดับภาค 5 ครั้ง - แกลงข่าว วันที่ 18 ต.ค. 65 - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (วันที่ 13 พ.ย.65) มีทีมเข้าร่วมแข่งขัน 93 ทีม - ภาคกลางตะวันออก (วันที่ 20 พ.ย.65) มีทีมเข้าร่วมแข่งขัน 60 ทีม	- วยรุ่น เยาวชน มีการรวมกลุ่ม ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ ที่เน้น ที่ชอบ ได้ฝึกทักษะการทำงาน เป็นทีม การอยู่ร่วมกับผู้อื่น และ เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
		- ภาคใต้ (วันที่ 27 พ.ย.65) มีทีมเข้าร่วมแข่งขัน <u>44</u> ทีม - ภาคเหนือ (วันที่ 18 ธ.ค. 65) มีทีมเข้าร่วมแข่งขัน <u>49</u> ทีม - และกรุงเทพมหานคร (วันที่ 25 ธ.ค. 65) มีทีมเข้าร่วมแข่งขัน <u>43</u> ทีม โดยแต่ละภาคมีเยาวชนและสมาชิก เครือข่าย TO BE NUMBER ONE มาร่วมชมและเชียร์ประมาณ วันละ <u>1,000 - 1,500</u> คน ● การจัดค่ายสำหรับสมาชิกที่เข้ารอบการ ประกวดระดับประเทศ Camp Dance (ระหว่างวันที่ 12 – 13 ม.ค.66) จำนวน <u>36</u> ทีม ● จัดการแข่งขันระดับประเทศ โดยองค์ประธานโครงการเสด็จ พระราชทานรางวัล(วันอาทิตย์ที่ 5 ก.พ. 66) - มีทีมเข้าร่วมแข่งขันระดับประเทศ จำนวน <u>43</u> ทีม และมีเยาวชนและสมาชิกเครือข่าย TO BE NUMBER ONE เข้าร่วมกิจกรรมและร่วม รับเสด็จ ทั้งสิ้นประมาณ <u>4,637</u> คน	
	2.5) จัดประกวดเยาวชนต้นแบบ เก่งและดี TO BE NUMBER ONE (TO BE NUMBER ONE IDOL) ประจำปี 2566 (จาก 76 จังหวัด)	<u>แถลงข่าว</u>: วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2566 <u>การประกวดระดับภาค</u> - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2566 ผู้เข้าร่วมประกวดจำนวน <u>170</u> คน (กองเชียร์ 1,450 คน) - ภาคเหนือ : วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2566 ผู้เข้าร่วมประกวดจำนวน <u>146</u> คน (กองเชียร์ 895 คน)	- สร้างกระแสให้เยาวชน/ สมาชิก ได้พัฒนาศักยภาพและความตั้งใจ จนเป็นเยาวชนต้นแบบเก่งและดี

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
	2.6) กิจกรรมจัดการประกวดผล การดำเนินงานจังหวัด อำเภอก และ ชมรม TO BE NUMBER ONE ทั่ว ประเทศ		- วัยรุ่น เยาวชนและประชาชน ตลอดจนสมาชิก TO BE NUMBER ONE และเครือข่ายมี ความรู้ ความเข้าใจในการ ป้องกัน และแก้ไขปัญหา ยาเสพติด มีโอกาสได้แลกเปลี่ยน เรียนรู้การดำเนินงาน TO BE NUMBER ONE
	2.6.1 จัดประกวดระดับภาค และกรุงเทพมหานคร	<u>การประกวดระดับภาค</u> - ภาคเหนือ : วันที่ 9 – 10 กุมภาพันธ์ 2566 - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : วันที่ 16 – 17 กุมภาพันธ์ 2566 ผู้เข้าร่วมงาน (แต่ละภาค) ประมาณวันละ 3,000 คน	
4	การสร้างเสริมภูมิคุ้มกันทางจิต ให้แก่เยาวชนในชุมชน 1) โครงการจัดกิจกรรมเสริมสร้าง ภูมิคุ้มกันทางจิตให้แก่เยาวชนใน ชุมชน	1. ค่ายพัฒนาสมาชิก TO BE NUMBER ONE สู่ความเป็นหนึ่ง (TO BE NUMBER ONE CAMP) ชุมชน กรุงเทพมหานคร และภูมิภาค แก่ เยาวชนในสถานศึกษา - รุ่นที่ 27 ระหว่างวันที่ 16 - 21 ต.ค. 2565 จำนวน 450 คน ณ The Pine Resort จ.ปทุมธานี	- วัยรุ่น เยาวชน และสมาชิก ได้พัฒนาบุคลิกภาพ ปรับเปลี่ยน พฤติกรรมจากการเข้าร่วม กิจกรรมกลุ่มและได้เรียนรู้การ เสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต และ ได้พัฒนาตนเอง
	2) โครงการพัฒนาและจัดตั้ง ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE (TO BE NUMBER ONE FRIEND CORNER)	1. ดำเนินกิจกรรมในศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONEในห้างสรรพสินค้าใน กรุงเทพมหานคร 5 แห่ง ได้แก่ 1) ศูนย์แฟชั่นไอส์แลนด์ 2) ศูนย์ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต 3) ศูนย์ เดอะมอลล์ บางแค <u>เพิ่ม</u> 4) ศูนย์เดอะมอลล์ไลฟ์สโตร์ งามวงศ์วาน (ธ.ค. 65) 5) พาราไดซ์ พาร์ค (ม.ค.66) โดยมีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยประมาณ แต่ละ 80 – 120 คน / วัน	1. มีสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น รวมตัวกันทำกิจกรรมที่ตนเองสนใจ และขาดโอกาสที่จะเข้าถึงบริการ 2. วัยรุ่นที่มาใช้บริการในศูนย์ฯ มี ทางออกสำหรับการแก้ไขปัญหา และได้รับคำปรึกษาแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญ 3. วัยรุ่นที่มาใช้บริการในศูนย์ฯ ได้รับการพัฒนา EQ

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
5	การสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด 1) จัดสัมมนาเครือข่าย TO BE NUMBER ONE เพื่อชี้แจงระบบการบันทึกรวบรวมและรายงานข้อมูลของฐานข้อมูลโครงการ TO BE NUMBER ONE ระหว่างวันที่ 18-19 มกราคม 2566 ณ โรงแรมเอเชียแอร์พอร์ต อำเภอ ลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	- กิจกรรมนอกแผนปฏิบัติการ - เครือข่าย ผู้รับผิดชอบงาน TO BE NUMBER ONE ในจังหวัดภูมิภาค และในกรุงเทพมหานคร และคณะกรรมการตัดสินการประกวดฯ / คณะกรรมการบูรณาการโครงการฯ และผู้เข้าร่วมงานสัมมนาประมาณ 900 คน	- ได้การจัดทำระบบการบันทึกรวบรวม และรายงานข้อมูลและนำไปใช้จริงในพื้นที่ จึงจัดสัมมนาเครือข่าย TO BE NUMBER ONE เพื่อชี้แจงระบบการบันทึก รวบรวม และรายงานข้อมูลของฐานข้อมูลโครงการ TO BE NUMBER ONE

ปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไข

ปัญหาอุปสรรค

การจัดกิจกรรมบางกิจกรรมไม่เป็นไปตามแผน เนื่องจากการสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

แนวทางแก้ไข

ปรับแนวทางการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ โดยยึดหลัก Social Distancing และ New Normal

ณ วันที่ 23 ก.พ. 2566

แบบสรุปรายงานผลความก้าวหน้าการดำเนินงานในรอบ 12 เดือน ปีงบประมาณ 2565
(ต.ค. 64 – ก.ย. 65)

1. **ชื่อโครงการ** โครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด TO BE NUMBER ONE
2. **หน่วยงานที่รับผิดชอบ** สำนักงานโครงการ TO BE NUMBER ONE
3. **วัตถุประสงค์**
 1. เพื่อสร้างกระแส “การเป็นหนึ่งโดยไม่พึ่งยาเสพติด” ในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนอย่างต่อเนื่อง
 2. เพื่อขยายบริการและกิจกรรมเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตให้ครอบคลุม กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและเยาวชน
 3. เพื่อจัดบริการบำบัดรักษาและฟื้นฟูจิตใจเยาวชนสมาชิก “ใครติดยากมีมือขึ้น” ตามแนวทางโครงการ TO BE NUMBER ONE
 4. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของเยาวชน วัยรุ่น ในการดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน สังคม และประเทศชาติ
 5. เพื่อสนับสนุนและเพิ่มโอกาส ให้ผู้เสพ ผู้ติดยาเสพติด ในการกลับตัวเป็นคนดีของสังคม
 6. เพื่อพัฒนาการดำเนินงานด้านการป้องกันปัญหายาเสพติดในกลุ่มเยาวชนวัยรุ่น สำหรับเครือข่ายหน่วยงาน/องค์กรภาครัฐ/เอกชนและสมาชิก TO BE NUMBER ONE ทั่วประเทศ อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
 7. เพื่อสร้างขวัญกำลังใจแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด
4. **กลุ่มเป้าหมาย**
 1. วัยรุ่นและเยาวชนอายุ 10 – 24 ปี
 2. กลุ่มวัยทำงาน
 3. ผู้เสพ ผู้ติดยาเสพติด
 4. ประชาชนทั่วไป
5. **ตัวชี้วัด**
 - เติบโตปริมาณ
 - 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 7
 - 2) จำนวนชมรม / ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ที่องค์ประธานโครงการทรงติดตามผลการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อยปีละ 12 แห่ง
 - เติบโตคุณภาพ
 - 1) ร้อยละ 80 ของ จังหวัด อำเภอ และ ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้นตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ
 - 2) ร้อยละ 85 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต)
 - 3) จำนวนนวัตกรรม / องค์ความรู้การดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ที่สนับสนุนการดำเนินงานในพื้นที่ อย่างน้อย 5 เรื่อง

6. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

6.1 ป้องผลผลิต (Output) /เชิงปริมาณ

1. จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 7
 - ปี 2565 พบว่า ผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในห้างสรรพสินค้า 4 แห่ง (กรุงเทพมหานคร) ลดลงจาก ปี 2564 คิดเป็นร้อยละ 28.12
 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2564 - เดือนกุมภาพันธ์ 2565 ทำให้มีผู้เข้ารับบริการในศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในห้างสรรพสินค้า 4 แห่ง กรุงเทพมหานคร (ปี 2564 จำนวน 24,257 คน / ปี 2565 จำนวน 16,841 คน)
2. จำนวนชมรม /ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ที่องค์ประธานโครงการทรงติดตามผลการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อยปีละ 12 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 100
 - องค์ประธานโครงการทรงติดตามผลการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2565 จำนวน 20 แห่ง (20 จังหวัด)

6.2 ผลลัพธ์ (outcome) /เชิงคุณภาพ

1. จำนวนจังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้นตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ คิดเป็นร้อยละ 100
 - ปีงบประมาณ 2565 ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น พร้อมเป็นต้นแบบจำนวนทั้งสิ้น 265 ชมรม และผ่านตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ เข้าสู่ระดับประเทศ จำนวน 265 ชมรม
2. ร้อยละ 97.95 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ TO BE NUMBER ONE มีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต)
3. จำนวนนวัตกรรม /องค์ความรู้การดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ที่สนับสนุนการดำเนินงานในพื้นที่ อย่างน้อย 5 เรื่อง
 - ผลิตรายการความรู้ TO BE NUMBER ONE จำนวน 7 เรื่อง
 - 1) Self Esteem เรื่องง่าย ๆ สร้างได้ด้วยตัวเรา
 - 2) Happiness สุขนี้สร้างได้
 - 3) ถนอมใจ ไม่ใช่ Hate Speech (ประทุษวาจา)
 - 4) ดีต่อใจ เสริมสร้างพลังใจ อึด ฮึด สู้ สำหรับวัยรุ่น
 - 5) รับผิดชอบอย่างไร ให้ใจเป็นสุข
 - 6) Social Media ใช้อย่างไรไม่ให้ปวดหัว
 - 7) ความรู้เรื่องวัคซีนโควิด 19 สำหรับเครือข่ายสมาชิก TO BE NUMBER ONE ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม (ข้อมูล ณ กุมภาพันธ์ 2565)

ระยะเวลาการดำเนินการ : ปีเริ่มต้น 2545 ถึง ปัจจุบัน

พื้นที่/กลุ่มเป้าหมาย : 76 จังหวัดทั่วประเทศ และ 50 เขตกรุงเทพมหานคร

งบประมาณ : 95,000,000 บาท (เก้าสิบล้านบาทถ้วน)

7. ผลการดำเนินงาน

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
1	จัดประชุมคณะกรรมการบูรณาการโครงการ TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2565 วันอังคารที่ 12 ตุลาคม 2564 ณ กรมสุขภาพจิต	คณะกรรมการบูรณาการจาก 8 หน่วยงานหลัก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมประชุม 60 คน	ได้ข้อมูลผลการดำเนินงาน ปี 2564 ของหน่วยงานหลักเพื่อเตรียมการประชุมคณะกรรมการอำนวยการโครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ประจำปี 2565
2	จัดประชุมคณะกรรมการอำนวยการโครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ประจำปี 2565 (เนื่องจากเนื่องจากการสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จึงปรับรูปแบบการรายงานผล งดการประชุมปรับเป็น จัดทำเล่มรายงานผลและนำเสนอแผนถวายองค์ประธานและเสนอคณะกรรมการ)	- เอกสารรายงานผลการดำเนินงานปี 64 และแผนการดำเนินงาน และนโยบายการดำเนิน ปี 65	องค์ประธานโครงการฯ ทรงทราบความก้าวหน้าและแผนการดำเนินงานโครงการฯ ของทุกหน่วยงานหลัก และ การดำเนินงานในภาพรวมเพื่อทรงมีพระวินิจฉัย
3	การรณรงค์ให้ความรู้จัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ 1) การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ 1.1) โทรทัศน์	- ผลิตและเผยแพร่รายการ TO BE NUMBER ONE Variety ทุกวันเสาร์ สัปดาห์ละ 1 ตอน ทางสถานีโทรทัศน์ NBT เป็นระยะเวลา 12 เดือน (ต.ค. 64 – ก.ย. 65)	- วิจัยรุ่น เยาวชน และประชาชน มีความตระหนักและเห็นความสำคัญของปัญหายาเสพติด ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินงานโครงการฯ และการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด
	1.2) Social Network Facebook	- ผลิต และเผยแพร่ สกู๊ปสารคดี รายการ “คนเก่ง และดี TO BE NUMBER ONE” ทาง Social Network Facebook เป็นระยะเวลา 12 เดือน (ต.ค. 64 – ก.ย. 65)	
		- ผลิต และเผยแพร่รายการ TO BE NUMBER ONE CHANNEL ทาง Social Network Facebook เป็นระยะเวลา 12 เดือน (ต.ค. 64 – ก.ย. 65)	

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
	1.3) วิทย์	- ผลิต และเผยแพร่รายการ TO BE NUMBER ONE Variety ทางสถานีวิทยุ ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ สถานี FM 105 MHz เป็นระยะเวลา 12 เดือน (ต.ค. 64 – ก.ย. 65)	
	1.4) หนังสือพิมพ์	- เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการทาง หนังสือพิมพ์ เป็นระยะเวลา 12 เดือน (ต.ค. 64 – ก.ย. 65)	- วิทยุรุ่น เยาวชน และประชาชน มีความตระหนักและเห็น ความสำคัญของปัญหายาเสพติด ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจใน การดำเนินงานโครงการฯ และ การป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด
	2) การรณรงค์โดยการจัดกิจกรรม 2.1) องค์ประธานโครงการเสด็จ เยี่ยมสมาชิกติดตามผลการดำเนินงาน เปิดชมรม TO BE NUMBER ONE และศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE (TO BE NUMBER ONE FRIEND CORNER) ในจังหวัดภูมิภา	ในรอบ 12 เดือน (ต.ค. 64 – ก.ย.65) จำนวน 20 จังหวัด ได้แก่ 1) จ.อ่างทอง (17 พ.ย. 64) 2) จ.อุทัยธานี (19 พ.ย. 64) 3) จ.ระนอง (22 พ.ย. 64) 4) จ.สิงห์บุรี (13 ธ.ค. 64) 5) จ.สมุทรสงคราม (28 ธ.ค. 64) 6) จ.อุดรดิตถ์ (17 ม.ค. 65) 7) จ.แพร่ (19 ม.ค. 65) 8) จ.น่าน (21 ม.ค. 65) 9) จ.หนองคาย (26 ม.ค.65) 10) จ.บึงกาฬ (28 ม.ค.65) 11) จ.ศรีสะเกษ (21 ก.พ. 65) 12) จ.สุรินทร์ (23 ก.พ. 65) 13) จ.บุรีรัมย์ (25 ก.พ. 65) 14) จ.เพชรบุรี (9 มีย 65) 15) จ.ระยอง (17 มีย 65) 16) จ.สระบุรี (6 ก.ค.65) 17) จ.สระแก้ว (18 ส.ค. 65) 18) จ.ราชบุรี (24 ส.ค.65) 19) จ.ปราจีนบุรี (13 ก.ย.65) 20) จ.สุราษฎร์ธานี (21 ก.ย. 65) โดยแต่ละจังหวัดมีผู้บริหารของจังหวัด วิทยุรุ่นเยาวชน ประชาชน และเครือข่าย สมาชิก TO BE NUMBER ONE เข้าร่วมกิจกรรมและร่วมรับเสด็จ ประมาณ 2,000 – 3,000 คน/จังหวัด	- วิทยุรุ่น เยาวชนและประชาชนมี ขวัญและกำลังใจในการร่วมกัน รณรงค์และเกิดความยั่งยืนในการ ดำเนินงานศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE (TO BE NUMBER ONE FRIEND CORNER)

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
	2.2) คอนเสิร์ตองค์ประธานทรง แสดงร่วมกับสมาชิก TO BE NUMBER ONE IDOL และศิลปินใน โอกาสเสด็จเยี่ยมสมาชิกฯ ใน จังหวัดภูมิภาค	ในรอบ 12 เดือน (ต.ค. 64 – ก.ย.65) จำนวน 20 จังหวัด ได้แก่ 1) จ.อ่างทอง (17 พ.ย. 64) 2) จ.อุทัยธานี (19 พ.ย. 64) 3) จ.ระนอง (22 พ.ย. 64) 4) จ.สิงห์บุรี (13 ธ.ค. 64) 5) จ.สมุทรสงคราม (28 ธ.ค. 64) 6) จ.อุดรดิตถ์ (17 ม.ค. 65) 7) จ.แพร่ (19 ม.ค. 65) 8) จ.น่าน (21 ม.ค. 65) 9) จ.หนองคาย (26 ม.ค.65) 10) จ.บึงกาฬ (28 ม.ค.65) 11) จ.ศรีสะเกษ (21 ก.พ. 65) 12) จ.สุรินทร์ (23 ก.พ. 65) 13) จ.บุรีรัมย์ (25 ก.พ. 65) 14) จ.เพชรบุรี (9 มี.ย. 65) 15) จ.ระยอง (17 มี.ย. 65) 16) จ.สระบุรี (6 ก.ค.65) 17) จ.สระแก้ว (18 ส.ค. 65) 18) จ.ราชบุรี (24 ส.ค.65) 19) จ.ปราจีนบุรี (13 ก.ย.65) 20) จ.สุราษฎร์ธานี (21 ก.ย. 65) โดยแต่ละจังหวัดมีผู้บริหารของจังหวัด วยุทธเยวชน ประชาชน และเครือข่าย สมาชิก TO BE NUMBER ONE เข้าร่วม กิจกรรมและร่วมรับเสด็จประมาณ 5,000 – 6,000 คน/จังหวัด	- สร้างกระแส “ การเป็นหนึ่ง โดยไม่พึ่งยาเสพติด ” และกระแส การเป็นเยาวชนต้นแบบเก่งและดี ให้เยาวชน / สมาชิก TO BE NUMBER ONE
	2.3) องค์ประธานโครงการเสด็จเยี่ยม สมาชิกติดตามผลการฯกรุงเทพมหานคร 2.4) จัดแข่งขัน TO BE NUMBER ONE TEEN DANCERISE THAILAND CHAMPIONSHIP ระดับ ภาคและระดับประเทศ 2022 แบ่งเป็น 3 รุ่น ● รุ่น Junior ● รุ่น Pre-Teenage ● รุ่น Teenage	● จัดการแข่งขันระดับภาค 5 ครั้ง - แกลงข่าว 2 พ.ย. 64 - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (13 – 14 พ.ย.64) มีทีมเข้าร่วมแข่งขัน <u>74</u> ทีม - ภาคใต้ (27 – 28 พ.ย. 64) มีทีมเข้าร่วมแข่งขัน <u>20</u> ทีม	- วยุทธ เยวชน มีการรวมกลุ่ม ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ ที่ถนัด ที่ชอบ ได้ฝึกทักษะการทำงาน เป็นทีม การอยู่ร่วมกับผู้อื่น และ เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
		- ภาคเหนือ (4 – 5 ธ.ค. 64) มีทีมเข้าร่วมแข่งขัน <u>38</u> ทีม - ภาคกลางตะวันออก (11 – 12 ธ.ค. 64) มีทีมเข้าร่วมแข่งขัน <u>43</u> ทีม - และกรุงเทพมหานคร (25 – 26 ธ.ค. 64) มีทีมเข้าร่วมแข่งขัน <u>33</u> ทีม โดยแต่ละภาคมีเยาวชนและสมาชิก เครือข่าย TO BE NUMBER ONE มาร่วมชมและเชียร์ประมาณ วันละ <u>1,000 - 1,500</u> คน ● การจัดค่ายสำหรับสมาชิกที่เข้ารอบ การประกวดระดับประเทศ Camp Dance (13 – 14 ม.ค.65) จำนวน <u>37</u> ทีม ● จัดการแข่งขันระดับประเทศ โดย องค์ประธานโครงการเสด็จพระราชทาน รางวัล (6 ก.พ. 65) - มีทีมเข้าร่วมแข่งขันระดับประเทศ จำนวน <u>228</u> ทีม (ผ่านเข้าสู่อันดับ การแข่งขันระดับประเทศ จำนวน 43 ทีม) และมีเยาวชนและสมาชิกเครือข่าย TO BE NUMBER ONE เข้าร่วมกิจกรรมและร่วม รับเสด็จ ทั้งสิ้นประมาณ <u>3,500</u> คน	
	2.5) จัดประกวดเยาวชนต้นแบบ เก่งและดี TO BE NUMBER ONE (TO BE NUMBER ONE IDOL) ประจำปี 2565 (จาก 76 จังหวัด)	<u>แถลงข่าว</u>: วันที่ 13 มกราคม 2565 <u>การประกวดระดับภาค</u> - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2565 ผู้เข้าร่วมประกวดจำนวน <u>172</u> คน (กองเชียร์ 855 คน) - ภาคใต้ : วันที่ 19 มีนาคม 2565 ผู้เข้าร่วมประกวดจำนวน <u>106</u> คน (กองเชียร์ 256 คน) - ภาคเหนือ : วันที่ 26 มีนาคม 2565 ผู้เข้าร่วมประกวดจำนวน <u>133</u> คน	- สร้างกระแสให้เยาวชน/ สมาชิกได้พัฒนาศักยภาพและ ความตั้งใจจนเป็นเยาวชน ต้นแบบเก่งและดี

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
		(กองเชียร์ 550 คน) - ภาคกลางและตะวันออก : วันที่ 3 เมษายน 2565 ผู้เข้าร่วมประกวดจำนวน 156 คน (กองเชียร์ 913 คน) - กรุงเทพมหานคร : วันที่ 9 เมษายน 2565 ผู้เข้าร่วมประกวดจำนวน 164 คน (กองเชียร์ 656 คน) โดยแต่ละภาคมีเยาวชน และสมาชิก เครือข่าย TO BE NUMBER ONE มาร่วมชม และเชียร์ประมาณวันละ 800 – 1,000 คน ระดับประเทศ Week 1 : วันเสาร์ที่ 30 เมษายน 2565 (กองเชียร์ 809 คน) Week 2 : วันอาทิตย์ที่ 1 พฤษภาคม 2565 (กองเชียร์ 825 คน) Week 3 : วันเสาร์ที่ 11 มิถุนายน 2565 (กองเชียร์ 886 คน) Week 4 : วันเสาร์ที่ 18 มิถุนายน 2565 (กองเชียร์ 874 คน) สถิติ : เนื่องจากการสถานการณ์การแพร่ ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จึงเลื่อนการประกวด เป็น วันเสาร์ที่ 9 กรกฎาคม 2565 ณ ศูนย์การค้า JJ Mall จตุจักร โดยแต่ละภาคมีเยาวชน และสมาชิก เครือข่าย TO BE NUMBER ONE มาร่วม ชม และเชียร์ประมาณ 1,500 – 2,000 คน	-
	2.6) กิจกรรมจัดการประกวดผล การดำเนินงานจังหวัด อำเภอ และ ชมรม TO BE NUMBER ONE ทั่ว ประเทศ		- วัยรุ่น เยาวชนและประชาชน ตลอดจนสมาชิก TO BE NUMBER ONE และเครือข่ายมี
	2.6.1 จัดประกวดระดับภาค และกรุงเทพมหานคร	การประกวดระดับภาค - ภาคเหนือ : วันที่ 24 – 25 มีนาคม 2565	ความรู้ ความเข้าใจในการ ป้องกัน และแก้ไขปัญหา ยาเสพติด มีโอกาสได้แลกเปลี่ยน เรียนรู้การดำเนินงาน TO BE NUMBER ONE

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
		- ภาคใต้ : วันที่ 6 – 7 เมษายน 2565 - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : วันที่ 10 – 11 เมษายน 2565 - ภาคกลาง และตะวันออก : วันที่ 2 – 3 พฤษภาคม 2565 - กรุงเทพมหานคร : วันที่ 11 – 12 มิถุนายน 2565 ผู้เข้าร่วมงาน (แต่ละภาค) ประมาณวันละ <u>3,000</u> คน (รวม 18,000 คน) และ	
	2.6.2 คณะอนุกรรมการตัดสินการประกวดฯ ไปติดตามและให้กำลังใจ จังหวัด และชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเข้าสู่ระดับประเทศ	ลงพื้นที่ ระหว่างวันที่ 15 มิถุนายน 2565 – 15 กรกฎาคม 2565 จำนวน 549 แห่ง	
	2.6.3 จัดงานมหกรรมรวมพล TO BE NUMBER ONE ระดับประเทศ และ องค์ประธานโครงการฯ เสด็จพระราชทานรางวัล	ประจำปี 65 ระหว่างวันที่ 29 – 31 กรกฎาคม 2565 ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ผู้เข้าร่วมงาน 3 วัน ประมาณวันละ <u>8,000</u> คน (รวม 24,000 คน) จัดประกวดและติดตามผลการดำเนินงาน จังหวัด อำเภอ และชมรม TO BE NUMBER ONE ระดับภาค และระดับประเทศ รวม 990 แห่ง	
	2.7) ผลิตเข็มสัญลักษณ์ในโครงการ TO BE NUMBER ONE	จำนวน 105,300 อัน	- สมาชิก TO BE NUMBER ONE ทั่วประเทศ
	2.8) ผลิตเพลงองค์ประธานใช้ในคอนเสิร์ต ประจำปี 2565		- สมาชิก และผู้บริหาร ทั่วประเทศ

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
	2.9) ผลิตสื่อองค์ความรู้โครงการ TO BE NUMBER ONE	<u>ผลิต 7 เรื่อง</u> 1) คู่มือ Self Esteem เรื่องง่ายๆสร้างได้ด้วยตัวเรา 2) คู่มือ Happiness สุขนี้สร้างได้ 3) คู่มือ ถนอมใจ ไม่ใช่ Hate Speech (ประทุษวาจา) 4) คู่มือ ดีต่อใจ เสริมสร้างพลังใจ อึด ฮึดสู้ 5) คู่มือ รับผิดชอบอย่างไรให้ใจเป็นสุข 6) คู่มือ Social Media ใช้อย่างไรไม่ให้ปวดหัว 7) ความรู้เรื่องวัคซีนโควิด 19 สำหรับเครือข่ายสมาชิก TO BE NUMBER ONE ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม (ข้อมูล ณ กุมภาพันธ์ 2565)	- สมาชิก TO BE NUMBER ONE ทั่วประเทศ
4	การสร้างเสริมภูมิคุ้มกันทางจิตให้แก่เยาวชนในชุมชน 1) โครงการจัดกิจกรรมเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตให้แก่เยาวชนในชุมชน	1. ค่ายพัฒนาสมาชิก TO BE NUMBER ONE สู่ความเป็นหนึ่ง (TO BE NUMBER ONE CAMP) ชุมชน กรุงเทพมหานคร และภูมิภาค แก่เยาวชนในสถานศึกษา - รุ่นที่ 25 ระหว่างวันที่ 27 พ.ย. - 4 ธ.ค. 2564 จำนวน <u>352</u> คน ณ The Pine Resort จ.ปทุมธานี - รุ่นที่ 26 ระหว่างวันที่ 27 มี.ค. - 1 เม.ย. 2565 จำนวน <u>261</u> คน ณ The Pine Resort จ.ปทุมธานี	- วัยรุ่น เยาวชน และสมาชิก ได้พัฒนาบุคลิกภาพ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มและได้เรียนรู้การเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต และได้พัฒนาตนเอง
	2) โครงการพัฒนาและจัดตั้งศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE (TO BE NUMBER ONE FRIEND CORNER)	1. ดำเนินกิจกรรมในศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในห้างสรรพสินค้าใน กรุงเทพมหานคร 4 แห่ง ได้แก่ 1) ศูนย์แฟชั่นไอส์แลนด์ 2) ศูนย์ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต 3) ศูนย์เดอะมอลล์ บางแค 4) ศูนย์ซีคอนสแควร์ โดยมีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยประมาณ แห่งละ 80 – 120 คน / วัน	1. มีสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น รวมตัวกันทำกิจกรรมที่ตนเองสนใจ และขาดโอกาสที่จะเข้าถึงบริการ 2. วัยรุ่นที่มาใช้บริการในศูนย์ฯ มีทางออกสำหรับการแก้ไขปัญหา และได้รับคำปรึกษาแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ 3. วัยรุ่นที่มาใช้บริการในศูนย์ฯ ได้รับการพัฒนา EQ

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
5	การสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด 1) จัดสัมมนาเครือข่ายการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ประจำปี <u>ครั้งที่ 1</u> วันที่ 22 มีนาคม 2565 ณ โรงแรมเอเชีย แอร์พอร์ท จ.ปทุมธานี	-<u>ครั้งที่ 1</u> เครือข่าย ผู้รับผิดชอบงาน TO BE NUMBER ONE ในจังหวัดภูมิภาค และในกรุงเทพมหานคร และคณะกรรมการตัดสินการประกวดฯ และผู้เข้าร่วมงานสัมมนาฯประมาณ <u>623</u> คน	- ได้เกณฑ์การประกวดและแนวทางการตัดสินการประกวดผลงาน TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2565
	<u>ครั้งที่ 2</u> วันที่ 19 กรกฎาคม 2565 ณ โรงแรมเอเชีย แอร์พอร์ท จ.ปทุมธานี	-<u>ครั้งที่ 2</u> เครือข่าย ผู้รับผิดชอบงาน TO BE NUMBER ONE ในจังหวัดภูมิภาค และในกรุงเทพมหานคร และคณะกรรมการตัดสินการประกวดฯ และผู้เข้าร่วมงานสัมมนาฯประมาณ <u>785</u> คน	
	2) จัดสัมมนาคณะกรรมการตัดสินการประกวดจังหวัด อำเภอ และชมรม TO BE NUMBER ONE ประจำปี	- คณะอนุกรรมการตัดสินการประกวดฯ และผู้เกี่ยวข้อง เข้าร่วมสัมมนา จำนวน คน	ได้เกณฑ์การประกวดและแนวทางการตัดสินการประกวดผลงาน TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2565
	3) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการใช้เกณฑ์เลื่อนสถานะจังหวัด อำเภอ และชมรม TO BE NUMBER ONE	-กิจกรรมนอกแผนปฏิบัติการ	- พัฒนาเกณฑ์ และแนวทางการตัดสินการประกวดผลงาน TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2565
	3.1) ประชุมเชิงปฏิบัติการใช้เกณฑ์เลื่อนสถานะจังหวัด อำเภอ และชมรม TO BE NUMBER ONE วันพุธที่ 1 ธันวาคม 2564 ณ โรงแรมมารวย การ์เด็น จตุจักร กรุงเทพฯ	- คณะอนุกรรมการตัดสินการประกวดฯ และผู้เกี่ยวข้อง ผู้เข้าร่วม 80 คน	
	3.2) ประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาแนวทางและเกณฑ์การตัดสินการประกวดจังหวัด อำเภอ และชมรม TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2565 วันพฤหัสบดีที่ 10 มีนาคม 2565 โรงแรมทีเค พาเลส แอนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร	- คณะอนุกรรมการตัดสินการประกวดฯ และผู้เกี่ยวข้อง ผู้เข้าร่วม 83 คน	

ลำดับที่	กิจกรรมตามแผน	ผลผลิต / ผลงานที่ได้	ผลลัพธ์ที่ได้
	3.3) ประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาแนวทางและเกณฑ์การตัดสินการประกวดจังหวัดอำเภอและชมรม TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2565 1. ระหว่างวันที่ 19 -20 พฤษภาคม 2565 ณ กรมสนับสุนนและบริการ 2. ระหว่างวันที่ 30 -31 พฤษภาคม 2565 ณ กรมสุขภาพจิต 3. ระหว่างวันที่ 6 - 7 มิถุนายน 2565 ณ โรงแรมทีเค. พาเลซ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร 4. ระหว่างวันที่ 27 - 28 มิถุนายน 2565 ณ กรมสุขภาพจิต		

ปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไข

ปัญหาอุปสรรค

การจัดกิจกรรมบางกิจกรรมไม่เป็นไปตามแผน เนื่องจากการสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

แนวทางแก้ไข

ปรับแนวทางการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ โดยยึดหลัก Social Distancing และ New Normal

ณ วันที่ 29 ก.ย. 2565

โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และนโยบายการดำเนินงานสุขภาพจิต ประจำปีงบประมาณ 2566

สำนักงานโครงการ To Be Number One

1. ชื่อโครงการ โครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด TO BE NUMBER ONE
2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักงานโครงการ To Be Number One
3. หลักการและเหตุผล

โครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด TO BE NUMBER ONE ในทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี เป็นโครงการที่ดำเนินงานด้านการป้องกันปัญหายาเสพติดในกลุ่มเยาวชนวัยรุ่น ทั้งใน และนอกกระบวนการศึกษา ในรูปแบบใหม่ที่เข้าถึงจิตวิทยาวัยรุ่น ภายใต้ยุทธศาสตร์แห่งชาติที่ 1 คือ การปลูกฝังแผ่นดินและการป้องกันปัญหายาเสพติด และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ประเด็นความมั่นคง แผนแม่บทย่อยที่ 1.2 การป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด จะมีผลกระทบต่อความมั่นคง อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ ปี 2545 โดยประกอบด้วยยุทธศาสตร์การดำเนินโครงการ 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การรณรงค์เพื่อปลูกจิตสำนึกและสร้างกระแสนิยมที่เอื้อต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ภายใต้แนวคิดการสร้างกระแส “เป็นหนึ่งโดยไม่พึ่งยาเสพติด” โดยผ่านสื่อและการจัดกิจกรรมรณรงค์สร้างสรรค์ต่างๆ เพื่อให้วัยรุ่นและเยาวชนและประชาชนทั่วไปที่เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าของตนเอง กิจกรรมในยุทธศาสตร์นี้ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ การจัดกิจกรรมรณรงค์ ในหลากหลายรูปแบบ เช่น องค์ประธานเสด็จร่วมกิจกรรมในสถานศึกษา ชุมชน และสถานประกอบการต่าง ๆ การสนับสนุนการรวมตัวกันของสมาชิก TO BE NUMBER ONE โดยการจัดตั้งเป็นชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ประกอบด้วย กรรมการ กองทุน และกิจกรรมเป็นสิ่งแวดล้อมถึงศักยภาพของชมรมด้วยการรวบรวมคนดี คนเก่ง และคนที่มีอุดมคติ ที่จะสร้างกิจกรรมดีๆ ร่วมกัน เพื่อกระตุ้นปลูกจิตสำนึกและสร้างกระแสนิยมที่เอื้อต่อการป้องกัน และแก้ไขปัญหายาเสพติด และเป็นการรวมพลังสมาชิก TO BE NUMBER ONE ให้เกิดขวัญกำลังใจ มีความเข้มแข็งของจิตใจแก่สมาชิกทั่วประเทศ ในอันที่จะร่วมแรงร่วมใจกันต่อต้านและป้องกัน ผลักดันให้ยาเสพติดพ้นออกไปจากชุมชน และสังคมไทยโดยเร็ว เพื่อเยาวชนคนไทยจะได้ปลอดภัยจากยาเสพติดตลอดไป ด้วยการพัฒนารูปแบบการจัดประกวดกิจกรรมในโครงการให้มีความหลากหลาย และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตให้กับเยาวชน ประกอบด้วย 3 โครงการย่อย

โครงการย่อยที่ 1 โครงการจัดกิจกรรมการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตให้กับเยาวชนในชุมชนได้แก่ กิจกรรมการพัฒนาและผลิตเทคโนโลยีการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตให้แก่เยาวชนในชุมชน การอบรมให้ความรู้และฝึกทักษะการจัดกิจกรรมเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตให้กับเยาวชน การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกลุ่มแกนนำ เยาวชน และการสนับสนุนให้แกนนำเยาวชนที่ผ่านการอบรมดำเนินการสร้างเสริมภูมิคุ้มกันทางจิตให้กับเยาวชนในชุมชน

โครงการย่อยที่ 2 โครงการพัฒนาและจัดตั้งศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE (TO BE NUMBER ONE FRIEND CORNER) กิจกรรม ได้แก่ การจัดตั้งศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ใน ชุมชนเมือง ชุมชนชนบท สถานศึกษา และสถานประกอบการ ภายใต้แนวคิด“ปรับทุกข์ สร้างสุข แก้ปัญหา พัฒนา EQ” โดยจัดให้มีบริการให้คำปรึกษา (Counseling) บริการฝึกแก้ปัญหา พัฒนา EQ ทั้งด้วยตนเอง กิจกรรมกลุ่มและบริการกิจกรรมเสริมทักษะเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างสุข ด้วยการ เสริมสร้างศักยภาพให้แก่วัยรุ่นและเยาวชนด้วยกิจกรรมด้านดนตรี กีฬา ศิลปะโดยศิลปินดารา นักกีฬาที่มีชื่อเสียง และวิทยากรผู้เชี่ยวชาญอื่นๆ ในศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ซึ่งตั้งแต่ปี 2555 ได้มีการขยายกลุ่มเป้าหมายไปในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนและศูนย์ฝึกอบรมเด็กและเยาวชน กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน และทัณฑสถาน กรมราชทัณฑ์ กระทรวงยุติธรรม

โครงการย่อยที่ 3 โครงการ“บำบัดรักษาและฟื้นฟูจิตใจเยาวชนสมาชิกโครตียายกมือขึ้น ในโครงการ TO BE NUMBER ONE ตามแนวทางพระราชดำริ” เป็นการจัดบริการด้านการบำบัดรักษาและฟื้นฟูสำหรับเยาวชนผู้เสพติดในโครงการ จัดทำรูปแบบของการบำบัดรักษาและฟื้นฟูผู้เสพติด ภายใต้โครงการบำบัดรักษาและฟื้นฟูจิตใจเยาวชนสมาชิก “โครตียายกมือขึ้น” บำบัดรักษาโดยใช้ระบบจิตสังคมบำบัดของกระทรวงสาธารณสุข มีกำหนด 4 เดือน แต่หลังการบำบัดรักษาภายในไม่เกิน 3 วัน สมาชิกต้องเข้าค่ายอบรมที่ศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน จังหวัดเชียงราย ของพระอาจารย์ วุฒิเมธี ซึ่งได้ให้ความกรุณาจัดหลักสูตรฟื้นฟูจิตใจ โดยใช้หลักธรรมพระพุทธศาสนา สร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เยาวชนสมาชิกในการดำเนินชีวิต โดยให้มีความรู้ใน 3 วิชาหลัก คือ วิชาการ วิชาชีพ และวิชาชีวิต และติดตามต่อเนื่องอีก 1 ปี โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เป็น 2 กลุ่ม ด้านการป้องกัน มุ่งเน้นกลุ่มเสพ ซึ่งเป็นกลุ่มเสี่ยงในสถานศึกษา ด้านการแก้ไขและป้องกันการเสพซ้ำ เน้นกลุ่มติดยาในสถานพินิจฯ ซึ่งเป็นกลุ่ม Hard Core นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบำบัดรักษา และฟื้นฟูจิตใจสำหรับสมาชิกโครตียายกมือขึ้นในโครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างและพัฒนาเครือข่าย เน้นการสร้างและพัฒนาเครือข่ายสมาชิก เพื่อให้การร่วมมือร่วมใจป้องกันปัญหายาเสพติดมีความต่อเนื่องและยั่งยืนในรูปแบบของการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน/องค์กรภาครัฐ และเอกชนในระดับประเทศและระดับพื้นที่

โดยการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ข้างต้น จนถึงปัจจุบัน โครงการได้พัฒนารูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการและธรรมชาติของวัยรุ่นและเยาวชน รวมทั้งขยายโอกาสการเข้ามามีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้นทุกปี เพื่อสร้างกระแสและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตให้กับเยาวชนอย่างครอบคลุมทุกกลุ่มอายุและพื้นที่ จนในปัจจุบัน โครงการ TO BE NUMBER ONE มีสมาชิกกว่า 40 ล้านคนทั่วประเทศ จากการศึกษาเชิงคุณภาพในปี 2553 พบว่า เยาวชน สมาชิกและอาสาสมัครแกนนำ TO BE NUMBER ONE ที่เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการอย่างต่อเนื่อง มีการเรียนรู้และเติบโตขึ้น มีการเรียนรู้หลักคิดของการมีชีวิตที่ดีงาม เช่น เรียนรู้ว่าการให้มีความสำคัญ การพัฒนาความสามารถที่เห็นเด่นชัดในเรื่องความกล้าพูด กล้าคิดกล้าแสดงออก มีจิตอาสา มีภาวะผู้นำ มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในทางที่ดี เช่น เลิกเกร สนใจการเรียนรู้มากขึ้น เข้าใจคนอื่นมากขึ้น ได้รับโอกาสดีทางสังคม การศึกษา และการทำงาน มีความสัมพันธ์ในครอบครัวแน่นแฟ้นขึ้น มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่น ลดปัญหาการทะเลาะวิวาท หนีเรียน เลิกดื่มสุรา และโครงการ TO BE NUMBER ONE ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร เช่น ทำให้โรงเรียนมีชื่อเสียง นักเรียนมาเรียนมากขึ้น ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับชุมชนดีขึ้น มีการทำกิจกรรมร่วมกันและช่วยเหลือกันมากขึ้น ก่อให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนในการเข้ามสนับสนุนเยาวชน ให้ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ภายใต้โครงการ TO BE NUMBER ONE มากขึ้น และที่สำคัญพบว่า จุดแข็งของโครงการ TO BE NUMBER ONE คือ การบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสนับสนุนจากภาคส่วนต่างๆ ที่เข้าใจและมองเห็นประโยชน์ที่จะเกิดกับเยาวชน การมียุทธศาสตร์และวิธีการดำเนินโครงการที่ยึดเยาวชนเป็นศูนย์กลาง บนพื้นฐานการเข้าใจสาเหตุของปัญหา เข้าใจธรรมชาติ พฤติกรรม และความต้องการของเยาวชนวัยรุ่นอย่างแท้จริง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยงต่างๆ ของวัยรุ่นและเยาวชน ด้วยการสร้างค่านิยมใหม่ เพื่อให้เขารู้สึกดีกับตัวเอง เห็นคุณค่าของตัวเองมีความมั่นใจ ภาคภูมิใจในตัวเอง รวมทั้งการให้โอกาสให้ทุกคนค้นหาตัวเอง และกล้าที่จะแสดงออกให้คนอื่นร่วมรับรู้ ซึ่งจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ทำให้โครงการ TO BE NUMBER ONE ถือเป็นโครงการรณรงค์ที่ประสบความสำเร็จและสร้างคุณภาพให้แก่เยาวชนตลอดมา แต่การรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ตามแนวทางของโครงการTO BE NUMBER ONE ยังคงต้องดำเนินการต่อไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันกับสถานการณ์ปัญหายาเสพติดและสร้างกระแสให้กับเยาวชนกลุ่มเป้าหมายที่เติบโตมาจากกลุ่มเด็กเข้าสู่กลุ่มวัยรุ่น

4. วัตถุประสงค์

- 4.1 เพื่อสร้างกระแส “การเป็นหนึ่งในไม่กี่ทางเสด็จ” ในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนอย่างต่อเนื่อง
- 4.2 เพื่อขยายบริการและกิจกรรมเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตให้ครอบคลุม กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและเยาวชน
- 4.3 เพื่อจัดบริการบำบัดรักษาและฟื้นฟูจิตใจเยาวชนสมาชิก “โครตียายกมือขึ้น” ตามแนวทางโครงการ TO BE NUMBER ONE
- 4.4 เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของเยาวชน วัยรุ่น ในการดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน สังคม และประเทศชาติ
- 4.5 เพื่อสนับสนุนและเพิ่มโอกาส ให้ผู้เสพ ผู้ติดยาเสพติด ในการกลับตัวเป็นคนดีของสังคม
- 4.6 เพื่อเพิ่มการดำเนินงานด้านการป้องกันปัญหาเยาวชนติดยาเสพติดในกลุ่มเยาวชนวัยรุ่น สำหรับเครือข่ายหน่วยงาน/องค์กรภาครัฐ/เอกชนและสมาชิก TO BE NUMBER ONE ทั่วประเทศ อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
- 4.7 เพื่อสร้างขวัญกำลังใจแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด

5. ระยะเวลาดำเนินโครงการ ปีเริ่มต้น 2545 ปีสิ้นสุด 2566

6. งบประมาณดำเนินงานโครงการ (ภาพรวมรายปี)

ปีงบประมาณ	เงินงบประมาณ (บาท)	เงินนอกงบประมาณ/หรือเงินแหล่งอื่น (บาท)	รวม (บาท)
2545	13,081,000.00	-	13,081,000.00
2546	15,000,000.00	-	15,000,000.00
2547	98,056,000.00	-	98,056,000.00
2548	92,322,700.00	-	92,322,700.00
2549	81,900,000.00	-	81,900,000.00
2550	80,960,000.00	21,000,000.00	101,960,000.00
2551	83,529,000.00	18,500,000.00	102,029,000.00
2552	113,737,800.00	21,862,200.00	135,600,000.00
2553	85,000,000.00	43,750,000.00	128,750,000.00
2554	85,000,000.00	61,125,000.00	146,125,000.00
2555	87,825,700.00	61,250,000.00	149,075,700.00
2556	87,825,000.00	71,250,000.00	159,075,000.00
2557	87,825,000.00	115,271,670.00	203,096,670.00
2558	87,825,000.00	90,000,000.00	177,825,000.00
2559	87,825,000.00	90,000,000.00	177,825,000.00
2560	87,825,000.00	98,840,000.00	186,665,000.00
2561	90,000,000.00	121,780,000.00	211,780,000.00
2562	95,000,000.00	125,000,000.00	220,000,000.00
2563	95,000,000.00	155,000,000.00	250,000,000.00
2564	100,000,000.00	120,000,000.00	100,000,000.00
2565	100,000,000.00	-	100,000,000.00
2566	95,000,000.00	-	95,000,000.00
	1,850,537,200.00	1,094,628,870.00	2,945,166,070.00

7. เป้าหมาย ผลลัพธ์ ผลกระทบ ของโครงการ

7.1 ตัวชี้วัด / เป้าหมายตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด

ปีงบประมาณ	ชื่อตัวชี้วัด/เป้าหมายตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด
2545	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เป็นการสร้างกระแสในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน จึงยังไม่มีกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เป็นการสร้างกระแสในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน จึงยังไม่มีกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน

	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
2546	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เป็นการสร้างกระแสในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน จึงยังไม่มีกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เป็นการสร้างกระแสในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน จึงยังไม่มีกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
2547	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เป็นการสร้างกระแสในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน จึงยังไม่มีกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เป็นการสร้างกระแสในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน จึงยังไม่มีกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
2548	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) ร้อยละ 50 ของวัยรุ่นและเยาวชนเป็นสมาชิกชมรม TO BE NUMBER ONE เชิงคุณภาพ : 2) ร้อยละ 80 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) วัยรุ่นและเยาวชนทั่วประเทศเป็นสมาชิกชมรม TO BE NUMBER ONE จำนวน 8,883,889 คน คิดเป็น ร้อยละ 67.74 เชิงคุณภาพ : 2) วัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความ พึ่งพอใจระดับมาก ร้อยละ 87.3
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
2549	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) ร้อยละ 55 ของวัยรุ่นและเยาวชนเป็นสมาชิกชมรม TO BE NUMBER ONE เชิงคุณภาพ : 2) ร้อยละ 70 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด 3) ร้อยละ 80 ของอำเภอที่มีชมรม TO BE NUMBER ONE ตามเกณฑ์ที่กำหนด	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) วัยรุ่นและเยาวชนทั่วประเทศเป็นสมาชิกชมรม TO BE NUMBER ONE จำนวน 9,656,252 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.8 เชิงคุณภาพ : 2) วัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ มีความรู้และทักษะการป้องกันปัญหาสารเสพติดระดับมาก ร้อยละ 81.6 3) ร้อยละ 90 ของอำเภอที่มีชมรม TO BE NUMBER ONE ตามเกณฑ์ที่กำหนด
ปีงบประมาณ	ชื่อตัวชี้วัด/เป้าหมายตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --

2550	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) ร้อยละ 60 ของผู้ที่มีอายุ 10 – 24 ปี เป็นสมาชิก TO BE NUMBER ONE เชิงคุณภาพ : 1) ร้อยละ 80 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด 2) ร้อยละ 80 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่ เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ 3) ร้อยละ 90 ของอำเภอที่มี ชมรม TO BENUMBER ONE ตามเกณฑ์ที่กำหนด	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) วัยรุ่นและเยาวชนทั่วประเทศเป็นสมาชิกชมรม TO BE NUMBER ONE จำนวน 10,227,286 คน คิดเป็น ร้อยละ 70.8 เชิงคุณภาพ : 1) วัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ มีความรู้และทักษะการป้องกันปัญหาสารเสพติดระดับมาก ร้อยละ 90.0 2) วัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ ร้อยละ 95 3) ร้อยละ 100 ของอำเภอที่มีชมรม TO BE NUMBER ONE ตาม เกณฑ์ที่กำหนด
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
2551	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) จำนวนหน่วยงานภาคอื่นที่เข้าร่วมสนับสนุนโครงการอย่างน้อย 3 ภาคส่วน 2) ร้อยละ 75 ของผู้ที่มีอายุ 10 – 24 ปี เป็นสมาชิก TO BE NUMBER ONE เชิงคุณภาพ : 1) ร้อยละ 90 ของอำเภอมีศูนย์เพื่อนใจวัยรุ่นที่มีการดำเนินการตามเกณฑ์ ที่กำหนด 2) ร้อยละ 80 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) มีหน่วยงานภาคอื่นที่เข้าร่วมสนับสนุนโครงการฯ 3 ภาคส่วน 2) ร้อยละ 76.04 ของผู้ที่มีอายุ 10 – 24 ปี เป็น สมาชิก TO BE NUMBER ONE เชิงคุณภาพ : 1) ร้อยละ 100 ของอำเภอมีศูนย์เพื่อนใจวัยรุ่น ที่มีการดำเนินการตามเกณฑ์ที่กำหนด 2) ร้อยละ 82.3 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
2552	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) จำนวนหน่วยงานภาคอื่นที่เข้าร่วมสนับสนุนโครงการอย่างน้อย 5 ภาคส่วน 2) ร้อยละ 85 ของผู้ที่มีอายุ 10 – 24 ปี เป็นสมาชิก TO BE NUMBER ONE เชิงคุณภาพ : 1) ร้อยละ 100 ของอำเภอมีศูนย์เพื่อนใจวัยรุ่นที่มีการดำเนินการตามเกณฑ์ที่กำหนด 2) ร้อยละ 70 ของแกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะ ในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต 3)ร้อยละ 90 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) มีหน่วยงานภาคอื่น 7 แห่ง ที่ร่วมสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานโครงการ 2) ผู้ที่มีอายุ 10 – 24 ปี เป็น สมาชิก TO BE NUMBER ONE ร้อยละ 84.6 เชิงคุณภาพ : 1) อำเภอมีศูนย์เพื่อนใจวัยรุ่นที่มีการดำเนินการตามเกณฑ์ที่กำหนด ร้อยละ 99.32 2) ร้อยละ 75.8 ของแกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต 3) ร้อยละ 97.5 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
ปีงบประมาณ	ชื่อตัวชี้วัด/เป้าหมายตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด
2553	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) จำนวนหน่วยงานภาคอื่นที่เข้าร่วมสนับสนุนโครงการฯ อย่างน้อย 7 ภาคส่วน 2) ร้อยละ 90 ของผู้ที่มีอายุ 10 – 24 ปี เป็นสมาชิก TO BE NUMBER ONEเชิงคุณภาพ : 1) ร้อยละ 100 ของอำเภอมีศูนย์เพื่อนใจวัยรุ่นที่มีการดำเนินการตามเกณฑ์ที่กำหนด 2)ร้อยละ 90 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่ เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) มีหน่วยงานภาคอื่น 8 แห่ง ที่ร่วมสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานโครงการ 2) ผู้ที่มีอายุ 10 – 24 ปี เป็น สมาชิก TO BE NUMBER ONE ร้อยละ 84.6เชิงคุณภาพ : 1) ร้อยละ 100 ของอำเภอมีศูนย์เพื่อนใจวัยรุ่นที่มีการดำเนินการตาม เกณฑ์ที่กำหนด 2)ร้อยละ 97.5 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --

[illegible]

2557	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) จำนวนผู้มารับบริการในศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 5 เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 75 ของแกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต 2) ร้อยละ 90 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่ เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 3) ระดับความสำเร็จในการพัฒนาศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในสถานศึกษาให้มีคุณภาพ 4) มีการพัฒนาองค์ความรู้ในโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อย 1 เรื่อง	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) จำนวนผู้มารับบริการในศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นร้อยละ 79.66 เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 79.9 ของแกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต 2) ร้อยละ 95.4 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่ เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 3) ร้อยละของศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในสถานศึกษา มีคุณภาพไม่น้อยกว่า ร้อยละ 20.7 4) มีการพัฒนาองค์ความรู้ในโครงการ TO BE NUMBER ONE ได้แก่ - คู่มือการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะของเยาวชน เรื่อง “การป้องกันและแก้ไขปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร” และ เรื่อง “การเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน” สำหรับอาสาสมัครและแกนนำศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
2558	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 2) จำนวนจังหวัด/ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่มีศักยภาพในการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดตามแนวทางโครงการ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 เชิงคุณภาพ : 1) ร้อยละ 78 ของแกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต 2) ร้อยละ 90 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่ เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 3) ระดับความสำเร็จในการพัฒนาศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในสถานศึกษาให้มีคุณภาพ 4) มีการพัฒนาองค์ความรู้ในโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อย 1 เรื่อง	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) จำนวนผู้เข้ารับบริการในศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.91 2) จำนวนจังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE มีศักยภาพในการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ติดตามแนวทางโครงการ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10.19 เชิงคุณภาพ : 1)ร้อยละ 85.16 ของแกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต 2) ร้อยละ 98.2 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 3) ร้อยละ 29.22 ของระดับความสำเร็จในการพัฒนาศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในสถานศึกษาให้มีคุณภาพ 4) มีการพัฒนาองค์ความรู้ในโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อย 2 เรื่อง 3.1) ความรู้เพื่อการป้องกันและแก้ไข ปัญหาความขัดแย้ง 3.2) คลายเครียด
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
ปีงบประมาณ	ชื่อตัวชี้วัด/เป้าหมายตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด
2559	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 7 2) จำนวนจังหวัด/ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่มีศักยภาพในการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดตามแนวทางโครงการ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 7 เชิงคุณภาพ : 1) ร้อยละ 75 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 2) มีการพัฒนาองค์ความรู้ในโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อย 1 เรื่อง	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) จำนวนผู้เข้ารับบริการในศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ลดลง 25 % เนื่องจากการปรับปรุงศูนย์จำนวน 2 แห่ง (ซีคอนสแควร์ 5 เดือน และแพชั่นไอส์แลนด์ 3 เดือน) 2) จำนวนจังหวัด/ชมรม TO BE NUMBER ONE มีศักยภาพในการรณรงค์ ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ติดตามแนวทางโครงการ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 7.2 เชิงคุณภาพ : 1) ร้อยละ 89.6 ของแกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ มีความรู้และทักษะในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต (ตามผลการวิจัยฯ) 2) มีการพัฒนาองค์ความรู้ในโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อย 3 เรื่อง 1) วัยรุ่นเส้นทางรอด ปอดอย่าเสพติด "สำหรับเครือข่ายและสมาชิก TO BE NUMBER ONE" 2) พุดด้วยรัก ทักด้วยห่วงใย ครอบครัวร่วมใจทางไกลยาเสพติด 3) คนเก่งและดี TO BE NUMBER ONE
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --

2560	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 7 2) จำนวนจังหวัด/ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่มีศักยภาพในการรณรงค์ ป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดตามแนวทางโครงการ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 7 เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 75 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 2) มีการพัฒนาองค์ความรู้ในโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อย 1 เรื่อง	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้เข้ารับบริการในศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.86 2) จำนวนจังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE มีศักยภาพในการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดติดตามแนวทางโครงการ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 93.06 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 2) มีการพัฒนาองค์ความรู้ในโครงการ TO BE NUMBER ONE 3 เรื่อง 2.1) คู่มือการดำเนินงานโครงการรณรงค์ ป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติด 2.2) คู่มือการอบรมอาสาสมัครแกนนำศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE 2.3) คู่มือประกวด กิจกรรมโครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติด TO BE NUMBER ONE
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
2561	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 7 เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 50 ของ จังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น ตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ 2)เกิด Model การดำเนินงาน โครงการฯ ในกลุ่มเป้าหมายต่างๆ อย่างน้อย 1 Model	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ : 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้น 8.94 % เชิงคุณภาพ : 1) ร้อยละ 52.52 ของ จังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้นตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ 2) เกิด Model การดำเนินงานโครงการฯ ในกลุ่มเป้าหมายต่างๆ อย่างน้อย 1 Model คือ 2.1) การจัดตั้งชมรม และศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในเรือนจำและทัณฑสถาน
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
ปีงบประมาณ	ชื่อตัวชี้วัด/เป้าหมายตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด
2562	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 7 เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 75 ของ จังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้นตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ 2) ร้อยละ 80 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 3) ผลต่อองค์ความรู้ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อย 1 เรื่อง	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 91.34 เชิงคุณภาพ 1) จำนวน จังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้นตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ คิดเป็นร้อยละ 88.01 2) ร้อยละ 97.5 ของแกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีความรู้และทักษะในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต (ตามผลการวิจัยฯ) 3) ผลต่อองค์ความรู้ TO BE NUMBER ONE จำนวน 5 เรื่อง 1. คู่มือการจัดกิจกรรมเสริมสร้างทักษะการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 2. คู่มือการดำเนินงานโครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด TO BE NUMBER ONE 3. องค์ความรู้การเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตและทักษะการดำรงชีวิตสำหรับวัยรุ่นและเยาวชน 4. คู่มือการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะของเยาวชน เรื่อง “ฝึกคิด แก้ปัญหา พัฒนา EQ” 5. คู่มือการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะของเยาวชน เรื่อง “การป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด”
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --

2563	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 7 2) มีฐานข้อมูลชมรม / สมาชิก TO BE NUMBER ONE จำนวน 1 ฐานข้อมูล เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 80 ของ จังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น ตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ 2) ร้อยละ 80 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต)	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อย ลดลงร้อยละ 36.95 2) มีฐานข้อมูลชมรม / สมาชิก TO BE NUMBER ONE จำนวน 1 ฐานข้อมูล คือ ฐานข้อมูลโครงการ TO BE NUMBER ONE เชิงคุณภาพ 1) จำนวน จังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้นตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ คิดเป็นร้อยละ 100 2) ร้อยละ 98.43 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต)
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 7 2) มีฐานข้อมูลชมรม / สมาชิก TO BE NUMBER ONE จำนวน 1 ฐานข้อมูล 3) จำนวนชมรม / ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ที่องค์ประธานโครงการทรงติดตามผลการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อยปีละ 6 แห่ง เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 80 ของ จังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น ตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ 2) ร้อยละ 80 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต)	ตัวชี้วัดระดับ Impact -1. เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้ต้องปิดบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในห้างสรรพสินค้า 4 แห่ง (กรุงเทพมหานคร) ตั้งแต่เดือนเมษายน - เดือนกันยายน 2564 ทำให้มีผู้เข้ารับบริการในศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในห้างสรรพสินค้า 4 แห่ง กรุงเทพมหานคร จำนวน 24,257 คน ซึ่งลดลงจากปี 2563 2. มีฐานข้อมูลชมรม/สมาชิก TO BE NUMBER ONE (1 ฐานข้อมูล) - ฐานข้อมูลโครงการ TO BE NUMBER ONE 3. จำนวนชมรม /ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ที่องค์ประธานโครงการทรงติดตามผลการดำเนินงาน
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
ปีงบประมาณ	ชื่อตัวชี้วัด/เป้าหมายตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด
2565	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้มารับบริการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อย ร้อยละ 7 2) จำนวนชมรม / ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ที่องค์ประธานโครงการทรงติดตามผลการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อยปีละ 12 แห่ง เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 80 ของ จังหวัด อำเภอ และชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น ตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ 2) ร้อยละ 85 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 3) จำนวนนวัตกรรม /องค์ความรู้การดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONEในพื้นที่ อย่างน้อย 5 เรื่อง	ตัวชี้วัดระดับ Impact - สันปีงบ 2565
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --

2566	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประกวด/กิจกรรมสร้างสรรค์ในโครงการ TO BE NUMBER ONE ระดับภาค/ระดับประเทศ เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 2) จำนวนชมรม / ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ที่องค์ประธานโครงการทรงติดตามผลการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อยปีละ 15 แห่ง เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 90 ของ จังหวัด อำเภอ และ ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น ตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ 2) ร้อยละ 90 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 3) จำนวนนวัตกรรม /องค์ความรู้การดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONEในพื้นที่ อย่างน้อย 10 เรื่อง	ตัวชี้วัดระดับ Impact - สันติสงบ 2566
	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Outcome -- อื่นๆ --
	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --	ตัวชี้วัดระดับ Output -- อื่นๆ --
2567	ตัวชี้วัดระดับ Impact - เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประกวด/กิจกรรมสร้างสรรค์ในโครงการ TO BE NUMBER ONE ระดับภาค/ระดับประเทศ เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 2) จำนวนชมรม / ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ที่องค์ประธานโครงการทรงติดตามผลการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อยปีละ 17 แห่ง 3) จำนวนจังหวัด/ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่มีศักยภาพในการณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดตามเกณฑ์โครงการ TO BE NUMBER ONE เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 5 แห่ง เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 90 ของ จังหวัด อำเภอ และ ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น ตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ 2) ร้อยละ 90 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 3) จำนวนนวัตกรรม /องค์ความรู้การดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONEในพื้นที่ อย่างน้อย 15 เรื่อง 4) ร้อยละ 50 ของเครือข่าย TO BE NUMBER ONE และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีระดับความพึงพอใจของการใช้ระบบฐานข้อมูลโครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด TO BE NUMBER ONE	ตัวชี้วัดระดับ Impact - สันติสงบ 2566

8. กลุ่มเป้าหมาย

- 8.1 วัยรุ่นและเยาวชนอายุ 6 – 24 ปี
- 8.2 กลุ่มวัยทำงาน
- 8.3 ผู้เสพ ผู้ติดยาเสพติด
- 8.4 ประชาชนทั่วไป

9. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

9.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

9.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่

9.1.1 ภาครัฐ

- คณะกรรมการอำนวยการ/คณะอนุกรรมการบูรณาการ โครงการ TO BE NUMBER ONE
- คณะกรรมการ โครงการ TO BE NUMBER ONE ระดับจังหวัด
- ผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องของกระทรวงสาธารณสุข,มหาดไทย,ศึกษาธิการ,ยุติธรรม,แรงงาน,การพัฒนาสังคมฯ, ปปส. และกรุงเทพมหานคร
- ผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานราชการส่วนภูมิภาค สำนักงานจังหวัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และศูนย์ต่อสู้เพื่อเอาชนะยาเสพติดจังหวัด (ศตส.จ.)
- ผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องของสถานศึกษา

9.1.2 ภาคองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- ผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

9.1.3 ภาคเอกชน

- ผู้บริหาร/นายจ้าง/ลูกจ้างในสถานประกอบการ

9.2 อิทธิพลของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ 9.2 อิทธิพลของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ - แต่ละภาคส่วนไม่ได้กำหนดนโยบายแผนงาน และแนวทางในการสนับสนุน /ดำเนินโครงการในกลุ่มเป้าที่หน่วยงานรับผิดชอบ - แต่ละภาคส่วนไม่เข้าใจบทบาท และแนวทางการดำเนินงาน
9.3 การวางแผน/การจัดการกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 9.3 การวางแผน / การจัดการกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - ประชุมคณะกรรมการอำนวยการโครงการฯ ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อรับทราบแนวทางการดำเนินงานและร่วมกำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินงาน - ชี้แจงวัตถุประสงค์/เป้าหมาย/แผนการดำเนินงาน ให้ผู้บริหาร/ผู้ปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนรับทราบ เพื่อบูรณาการความร่วมมือในการดำเนินงาน - ประชาสัมพันธ์และชี้แจงการจัดกิจกรรมต่างๆให้ผู้บริหาร/บุคคลที่เกี่ยวข้องรวมทั้งสมาชิก วิทยุและเยาวชน และประชาชนทั่วไป รับทราบ - สนับสนุนการดำเนินงานโครงการฯ แก่หน่วยงานทุกภาคส่วนและสมาชิก - นิเทศ/ติดตามผลการดำเนินงานทั้งในส่วนกลางและพื้นที่

10. พื้นที่ดำเนินโครงการ

76 จังหวัดทั่วประเทศ และ 50 เขตกรุงเทพมหานคร

11. ความพร้อมในการดำเนินโครงการ

ระดับ	ด้านบุคลากร/ทีมงาน	ด้านบริหารจัดการ	ด้านวัสดุอุปกรณ์	ด้านอื่นๆ (ระบุ)
ต่ำมาก				
ต่ำ				
ปานกลาง				
สูง	✓	✓	✓	
สูงมาก				ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานทุกภาคส่วน

12. วิธี/ขั้นตอนการดำเนินโครงการ

กิจกรรม/กลุ่มเป้าหมาย/งบประมาณ			หน่วยงานเจ้าของงบประมาณ	พื้นที่ที่ดำเนินงาน(ระบุ setting)
กิจกรรม (สอดคล้องกับ 10 กิจกรรมหลัก)	กลุ่มเป้าหมาย/จำนวนเป้าหมาย	งบประมาณ		
1. การชี้แจงแนวทาง/วิธีการ/ตัวชี้วัดที่สำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายการดำเนินงานแก่บุคลากรในสังกัดกรมสุขภาพจิต				-
-	-	-		
2. การอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรเพื่อเป็นวิทยากร และเป็นผู้รับผิดชอบการขับเคลื่อนโครงการในพื้นที่รับผิดชอบ				7,000,000.00
2.1 การอบรมแก่บุคลากรในสังกัดกรมสุขภาพจิต				-
-	-	-		
2.2 การอบรมแก่บุคลากรนอกสังกัดกรมฯ/องค์กรเอกชน/ประชาชนที่ร่วมดำเนินโครงการ				7,000,000.00
จัดค่าย TO BE NUMBER ONE ให้แก่เยาวชน ในภูมิภาคและกรุงเทพมหานคร (2รุ่นๆ ละ 350 คน) ระยะเวลา 6 วัน 5 คืน	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิก TO BE NUMBER ONE	*** รวมงบประมาณ 7,000,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	เดอะไพน์ รีสอร์ท จังหวัดปทุมธานี

	จำนวนเป้าหมาย (2รุ่นๆ ละ 350 คน) ระยะเวลา 6 วัน 5 คืน จำนวน 700 คน	- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 7,000,000.00 บาท (จัดจ้างดำเนินกิจกรรมฯ) (3,500,000.00 บาท x 2.00 รุ่น)		
ให้ความรู้เยาวชนสมาชิกโครตติดยาที่มีขึ้นในโครงการ TO BE NUMBER ONE ตามแนวพระราชดำริ	กลุ่มเป้าหมาย เยาวชนสมาชิกโครตติดยาที่มีขึ้นทั่วประเทศ	*** รวมงบประมาณ 0.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	76 จังหวัด และ50เขตกรุงเทพมหานคร
	จำนวนเป้าหมาย 10 ครั้ง / 1,000 คน	- ใช้งบประมาณร่วมกับหน่วยงานอื่น/ไม่ใช้งบประมาณ 0.00 บาท		
3. การพัฒนา/ผลิตองค์ความรู้และสื่อต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานแก่หน่วยงานในสังกัดกรม และหน่วยงานในเขตสุขภาพ		2,000,000.00		
3.1 องค์ความรู้ใหม่		1,000,000.00		
จัดทำองค์ความรู้ฯ อย่างน้อย 1 เรื่อง	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิก TO BE NUMBER ONE ทั่วประเทศ จำนวนเป้าหมาย อย่างน้อย 1 เรื่อง	*** รวมงบประมาณ 1,000,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	76 จังหวัด และ50เขตกรุงเทพมหานคร
		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 1,000,000.00 บาท (ผลิตและจัดซื้อจัดจ้างองค์ความรู้ฯ) (1,000,000.00 บาท)		
3.2 องค์ความรู้เดิม		1,000,000.00		
ผลิตเพิ่มสัญลักษณ์ในโครงการ TO BE NUMBER ONE เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในพื้นที่ทั่วประเทศ	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิก TO BE NUMBER ONE จำนวนเป้าหมาย 100,000 อัน	*** รวมงบประมาณ 1,000,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	76 จังหวัด และ50เขตกรุงเทพมหานคร
		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 1,000,000.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างผลิตเพิ่มสัญลักษณ์ฯ) (10.00 บาท x 100,000.00 อัน)		
กิจกรรม/กลุ่มเป้าหมาย/งบประมาณ			หน่วยงานเจ้าของงบประมาณ	พื้นที่ที่ดำเนินงาน(ระบุ setting)
กิจกรรม (สอดคล้องกับ 10 กิจกรรมหลัก)	กลุ่มเป้าหมาย/จำนวนเป้าหมาย	งบประมาณ		
4. การสนับสนุนสื่อ/องค์ความรู้/งบประมาณให้ศูนย์สุขภาพจิตและโรงพยาบาลจิตเวชดำเนินงานตามโครงการฯ		14,745,000.00		
ดำเนินการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในกรุงเทพมหานคร 4 แห่ง	กลุ่มเป้าหมาย วัยรุ่น และเยาวชน จำนวนเป้าหมาย 12 เดือน / 4 แห่ง	*** รวมงบประมาณ 14,745,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ศูนย์การค้า 4 แห่ง ได้แก่ 1) ซี คอนสแควร์ , 2) พิวเจอร์พาร์ค รังสิต, 3) แพชั่นไอส์แลนด์, 4) เดอะมอลล์ บางแค
		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 14,745,000.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างการดำเนินการศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE 4 แห่ง) (14,745,000.00 บาท)		
5. การพัฒนาระบบงาน/พัฒนางานในหน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิต		-		
-	-	-		
6. การนิเทศ ติดตาม		-		
-	-	-		
7. การถอดบทเรียน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้		1,413,000.00		
7.1 ถอดบทเรียน		-		
-	-	-		
7.2 แลกเปลี่ยนเรียนรู้		1,413,000.00		

จัดสัมมนาเครือข่ายการค้าเงินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2566	กลุ่มเป้าหมาย ผู้รับผิดชอบงาน TO BE NUMBER ONE จาก 76 จังหวัดภูมิภาค และสำนักงานเขต 50 เขต จำนวนเป้าหมาย จาก 76 จังหวัด และ 50 เขต จำนวน 800 คน ระยะเวลา 2 วัน 1 คืน	*** รวมงบประมาณ 1,300,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	กรุงเทพ หรือ ต่างจังหวัด
		- ค่าอาหารกลางวัน 640,000.00 บาท (400.00 บาท x 800.00 คน x 2.00 วัน)		
		- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม 240,000.00 บาท (50.00 บาท x 800.00 คน x 2.00 วัน x 3.00 มื้อ)		
		- ค่าเดินทางไปราชการ 216,000.00 บาท (ค่าตัวเครื่องบิน/ค่ารถรับจ้างไม่ประจำทาง/ค่ารถ รับจ้างประจำทาง) (216,000.00 บาท)		
		- ค่าที่พัก 104,250.00 บาท (750.00 บาท x 99.00 ห้อง) (1,200.00 บาท x 25.00 ห้อง)		
		- ค่าตอบแทนวิทยากร 42,000.00 บาท (600.00 บาท x 15.00 คน x 2.00 วัน) (1,200.00 บาท x 10.00 คน x 2.00 วัน)		
		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 7,750.00 บาท (สำเนาเอกสาร/ที่ใส่เอกสาร) (7,750.00 บาท)		
		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 50,000.00 บาท (ค่าเช่าห้องประชุม/ค่าเช่า LCD) (50,000.00 บาท)		
กิจกรรม/กลุ่มเป้าหมาย/งบประมาณ			หน่วยงานเจ้าของงบประมาณ	พื้นที่ที่ดำเนินงาน(ระบุ setting)
กิจกรรม (สอดคล้องกับ 10 กิจกรรมหลัก)	กลุ่มเป้าหมาย/จำนวนเป้าหมาย	งบประมาณ		
จัดสัมมนาคณะกรรมการตัดสินการประกวด จังหวัด อำเภอ และชมรม TO BE NUMBER ONE ประจำปี 2566	กลุ่มเป้าหมาย คณะกรรมการตัดสินการประกวด จังหวัด อำเภอ และชมรม TO BE NUMBER ONE จำนวนเป้าหมาย 1 ครั้ง /2 วัน / 80 คน	*** รวมงบประมาณ 113,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	กรุงเทพ หรือ ต่างจังหวัด
		- ค่าอาหารกลางวัน 48,000.00 บาท (300.00 บาท x 80.00 คน x 2.00 วัน)		
		- ค่าเดินทางไปราชการ 30,000.00 บาท (ค่าตัวเครื่องบิน/ค่ารถรับจ้างไม่ประจำทาง/ค่ารถ รับจ้างประจำทาง) (30,000.00 บาท x 1.00)		
		- ค่าที่พัก 12,750.00 บาท (750.00 บาท x 17.00 ห้อง)		
		- ค่าตอบแทนวิทยากร 18,000.00 บาท (600.00 บาท x 5.00 คน x 2.00 วัน) (1,200.00 บาท x 5.00 คน x 2.00 วัน)		
		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 4,250.00 บาท (สำเนาเอกสาร/อุปกรณ์ต่างๆ) (4,250.00 บาท)		
8. การสรุปผลการดำเนินงาน / ประชุมวิชาการประจำปี				

9. การรณรงค์สร้างความตระหนัก			69,402,000.00		
9.1 การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ			52,080,000.00		
9.1.1 โทรทัศน์ ผลิตและเผยแพร่รายการ TO BE NUMBER ONE VARIETY (ทุกวันเสาร์)	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกและประชาชนทั่วไป	*** รวมงบประมาณ 31,720,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ทั่วประเทศ	
	จำนวนเป้าหมาย 52 ตอน	- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 31,720,000.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างผลิตรายการโทรทัศน์) (610,000.00 บาท x 52.00 ตอน)			
9.1.2 สื่อ Social Network Facebook ผลิตและเผยแพร่สื่ूपรสารคดีสั้น รายการ แอปพลิเคชั่น “เก่งและดี TO BE NMBER ONE” (ทุกวันอังคาร)	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกและประชาชนทั่วไป	*** รวมงบประมาณ 4,160,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ทั่วประเทศ	
	จำนวนเป้าหมาย 52 ตอน	- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 4,160,000.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างผลิตรายการทางสื่อ Online) (80,000.00 บาท x 52.00 ตอน)			
9.1.3 สื่อ Social Network Facebook ผลิตและเผยแพร่รายการ TO BE NMBER ONE CHANNEL	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกและประชาชนทั่วไป	*** รวมงบประมาณ 12,000,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ทั่วประเทศ	
	จำนวนเป้าหมาย 12 เดือน	- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 12,000,000.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างผลิตรายการทางสื่อ Online) (1,000,000.00 บาท x 12.00 เดือน)			
กิจกรรม/กลุ่มเป้าหมาย/งบประมาณ			หน่วยงานเจ้าของงบประมาณ	พื้นที่ที่ดำเนินงาน(ระบุ setting)	
กิจกรรม (สอดคล้องกับ 10 กิจกรรมหลัก)	กลุ่มเป้าหมาย/จำนวนเป้าหมาย	งบประมาณ			
9.1.4 วิทย์ ผลิตและเผยแพร่รายการ TO BE NUMBER ONE VARIETY	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกและประชาชนทั่วไป	*** รวมงบประมาณ 2,040,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	กรุงเทพมหานคร	
	จำนวนเป้าหมาย 96 ตอน	- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 2,040,000.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างผลิตรายการวิทย์) (21,250.00 บาท x 96.00 ตอน)			
9.1.5 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและหนังสือพิมพ์	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกและประชาชนทั่วไป	*** รวมงบประมาณ 2,160,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ทั่วประเทศ	
	จำนวนเป้าหมาย 12 เดือน	- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 2,160,000.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์) (180,000.00 บาท x 12.00 ตอน)			
9.2 การรณรงค์โดยการจัดกิจกรรม			17,322,000.00		
9.2.1 ทูลเชิญองค์ประธานโครงการเสด็จเยี่ยมสมาชิก TO BE NUMBER ONE และติดตามผลการดำเนินงาน ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในสถานศึกษา (จังหวัดภูมิภาค)	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกTO BE NUMBER ONE	*** รวมงบประมาณ 3,182,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	17 จังหวัดภูมิภาค	
	จำนวนเป้าหมาย จำนวน 51,000 คน	- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 3,182,000.00 บาท (ได้รับงบประมาณ และได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นๆ) (795,500.00 บาท x 4.00 ครั้ง)			
9.2.2 ทูลเชิญองค์ประธานโครงการเสด็จเยี่ยมสมาชิก TO BE NUMBER ONE และติดตามผลการดำเนินงานศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ในสถานศึกษา (กรุงเทพมหานคร)	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกTO BE NUMBER ONE	*** รวมงบประมาณ 0.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	5 เขตกรุงเทพมหานคร	

	จำนวนเป้าหมาย จำนวน 10,000 คน	- ใช้งบประมาณร่วมกับหน่วยงานอื่น/ไม่ใช้งบประมาณ 0.00 บาท		
9.2.3 คอนเสิร์ตองค์ประธานทรงแสดงร่วมกับสมาชิก TO BE NUMBER ONE IDOL และศิลปินในวโรกาสเสด็จฯเยี่ยมสมาชิกฯ (จังหวัดภูเก็ต)	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกTO BE NUMBER ONE จำนวนเป้าหมาย จำนวน 102,000 คน	*** รวมงบประมาณ 2,640,000.00 บาท *** - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 2,640,000.00 บาท (ได้รับงบประมาณ และได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นๆ) (880,000.00 บาท x 3.00 ครั้ง)	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	17 จังหวัดภูมิภาค
9.2.4 จัดแข่งขัน/ประกวด TEEN DANCERISE THAILAND CHAMPIONSHIP ประจำปี	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกTO BE NUMBER ONE จำนวนเป้าหมาย 3 กิจกรรม / 6 ครั้ง	*** รวมงบประมาณ 11,500,000.00 บาท *** - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 11,500,000.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างเหมาดำเนินการจัดกิจกรรม) (11,500,000.00 บาท)	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ระดับภาค 5 ภาค /ระดับประเทศ จัดที่ เดอะมอลล์ บางกะปิ
กิจกรรม/กลุ่มเป้าหมาย/งบประมาณ			หน่วยงานเจ้าของงบประมาณ	พื้นที่ที่ดำเนินงาน(ระบุ setting)
กิจกรรม (สอดคล้องกับ 10 กิจกรรมหลัก)	กลุ่มเป้าหมาย/จำนวนเป้าหมาย	งบประมาณ		
9.2.5 จัดประกวด TO BE NUMBER ONE IDOL ประจำปี	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกTO BE NUMBER ONE จาก 76 จังหวัดและกรุงเทพมหานคร จำนวนเป้าหมาย 10 ครั้ง - ระดับภาค 40 คน - ชิงชนะเลิศ 16 คน	*** รวมงบประมาณ 0.00 บาท *** - ใช้งบประมาณร่วมกับหน่วยงานอื่น/ไม่ใช้งบประมาณ 0.00 บาท	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ระดับภาค 5 ภาค /ระดับประเทศ จัดที่ ศูนย์การค้าเจมอลล์ เขต จตุจักร /จัดค่าย IDOL ที่เดอะไพน์ รีสอร์ท จังหวัดปทุมธานี
9.2.6 จัดประกวดการนำเสนอผลงานโครงการ TO BE NUMBER ONE สำหรับงานมหกรรมรวมพล เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของชมรม TO BE NUMBER ONE ตลอดปี	กลุ่มเป้าหมาย จังหวัด และชมรม TO BE NUMBER ONE ทั่วประเทศ จำนวนเป้าหมาย ประกอบด้วย การประกวด 9 ประเภท ได้แก่ - จังหวัด TO BE NUMBER ONE ต้นแบบและดีเด่น - อำเภอ TO BE NUMBER ONE ต้นแบบและดีเด่น - ชมรม TO BE NUMBER ONE ในชุมชนภูมิภาคต้นแบบและดีเด่น - ชมรม TO BE NUMBER ONE ในสถานประกอบการต้นแบบและดีเด่น - ชมรม TO BE NUMBER ONE ในสถานศึกษา ระดับสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน , ชมรมในสถานศึกษา ระดับสถาบันอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา ต้นแบบและดีเด่น - ชมรม TO BE NUMBER ONE ในชุมชนกรุงเทพมหานครต้นแบบและ ดีเด่น - ชมรม TO BE NUMBER ONE ในสถานพินิจฯ ,ราชทัณฑ์ และคุม ประพฤติ	*** รวมงบประมาณ 0.00 บาท *** - ใช้งบประมาณร่วมกับหน่วยงานอื่น/ไม่ใช้งบประมาณ 0.00 บาท	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ระดับภาค 5 ภาค

9.2.6.1 รอบแรก : คัดเลือกผู้ชนะระดับภาค 5 ภาคและกรุงเทพมหานคร โดยทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี เสด็จเป็นองค์ประธาน	กลุ่มเป้าหมาย ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่เป็นตัวแทนจังหวัด จำนวนเป้าหมาย 9 ประเภท / 5 ครั้ง	*** รวมงบประมาณ 0.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ระดับภาค 5 ภาค
		- ใช้งบประมาณร่วมกับหน่วยงานอื่น/ไม่ใช้งบประมาณ 0.00 บาท		
9.2.6.2 รอบสอง : คณะอนุกรรมการชุดบูรณาการ เดินทางไปเยี่ยมชมในพื้นที่ชมรมที่ชนะเลิศ ระดับภาค และกรุงเทพมหานคร เพื่อเก็บคะแนน	กลุ่มเป้าหมาย ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่เป็นตัวแทนระดับภาค 5 ภาค จำนวนเป้าหมาย 9 ประเภท	*** รวมงบประมาณ 0.00 บาท ***	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ระดับภาค 5 ภาค และ กรุงเทพมหานคร
		- ใช้งบประมาณร่วมกับหน่วยงานอื่น/ไม่ใช้งบประมาณ 0.00 บาท		
กิจกรรม/กลุ่มเป้าหมาย/งบประมาณ			หน่วยงานเจ้าของงบประมาณ	พื้นที่ที่ดำเนินงาน(ระบุ setting)
กิจกรรม (สอดคล้องกับ 10 กิจกรรมหลัก)	กลุ่มเป้าหมาย/จำนวนเป้าหมาย	งบประมาณ		
9.2.7 จัดงานมหกรรมรวมพลสมาชิก TO BE NUMBER ONE ประจำปี ซึ่งประกอบด้วย - การประกวดการนำเสนอผลงานในโครงการ TO BE NUMBER ONE ระดับประเทศ - การแสดงนิทรรศการผลงานโครงการ TO BE NUMBER ONE จากผู้ชนะเลิศระดับภาคแต่ละประเภท ทั่วประเทศและนำเสนอผลงานภาพรวมต่อเนื่องจากรอบแรก - การจัดกิจกรรมสำหรับสมาชิก TO BE NUMBER ONE ทั่วประเทศ	กลุ่มเป้าหมาย สมาชิกจากจังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่เป็นตัวแทนระดับภาคและสมาชิกทั่วประเทศ จำนวนเป้าหมาย ระยะเวลา 3 วัน ๆละ 5,000 คน	*** รวมงบประมาณ 0.00 บาท *** - ใช้งบประมาณร่วมกับหน่วยงานอื่น/ไม่ใช้งบประมาณ 0.00 บาท	สำนักงานโครงการTO BE NUMBER ONE	ระดับประเทศ จัดที่ อิมแพ็ค เมืองทองธานี จ.นนทบุรี
10. การประชุมคณะกรรมการ/คณะอนุกรรมการ/คณะทำงาน			440,000.00	
10.1 ประชุมคณะกรรมการอำนวยการโครงการฯ (ทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี เสด็จเป็นองค์ประธาน)	กลุ่มเป้าหมาย คณะกรรมการอำนวยการโครงการฯ จากหน่วยงานกระทรวงหลัก จำนวนเป้าหมาย 150 คน / 1 ครั้ง	*** รวมงบประมาณ 410,000.00 บาท ***	สำนักงานโครงการ TO BE NUMBER ONE	สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข
		- ค่าอาหารกลางวัน 6,000.00 บาท (120.00 บาท x 50.00 คน)		
		- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม 3,500.00 บาท (35.00 บาท x 50.00 คน x 2.00 มื้อ)		
		- ค่าอาหารครบนื้อ 15,000.00 บาท (100.00 บาท x 150.00 คน)		
		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 10,000.00 บาท (ค่าอาหารและอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับผู้บริหารในงานรับเสด็จฯ) (100.00 บาท x 100.00 คน)		
		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 10,000.00 บาท (ค่าตอบแทนวงดุริยางค์ รับ - ส่งเสด็จ (นักเรียน)) (10,000.00 บาท x 1.00 วัน)		
		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 80,000.00 บาท (ค่าตกแต่งสถานที่ (ดอกไม้และอุปกรณ์ตกแต่ง)) (80,000.00 บาท)		
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 8,000.00 บาท (อุปกรณ์ห้องสรง/ห้องประทับพัก และอุปกรณ์รับเสด็จฯ) (8,000.00 บาท)				

		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 70,000.00 บาท (ค่าจัดซื้อจัดจ้างจัดทำเอกสารประกอบการประชุม) (70,000.00 บาท) - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 40,500.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างผลิตเสื้อสำหรับประชาสัมพันธ์) (270.00 บาท x 150.00 คน)		
กิจกรรม/กลุ่มเป้าหมาย/งบประมาณ			หน่วยงานเจ้าของงบประมาณ	พื้นที่ที่ดำเนินงาน(ระบุ setting)
กิจกรรม (สอดคล้องกับ 10 กิจกรรมหลัก)	กลุ่มเป้าหมาย/จำนวนเป้าหมาย	งบประมาณ		
		- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 3,600.00 บาท (ค่าพวงมาลัยซื้อพระกร) (600.00 บาท x 6.00 ชุด) - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 5,000.00 บาท (ค่าวัสดุต่างๆ) (5,000.00 บาท) - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 100,000.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างผลิต DVD Presentation) (100,000.00 บาท) - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 8,400.00 บาท (จัดซื้อจัดจ้างผลิตป้ายงานประชุมคณะกรรมการ อำนวยการฯ) (4,200.00 บาท x 2.00 แห่ง) - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 10,000.00 บาท (ค่าอาหารและอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับ เจ้าหน้าที่งานรับเสด็จฯ) (100.00 บาท x 500.00 คน)		
10.2 ประชุมคณะอนุกรรมการบูรณาการโครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด TO BE NUMBER ONE ประจำปี	กลุ่มเป้าหมาย คณะอนุกรรมการบูรณาการโครงการฯจากหน่วยงานกระทรวงหลัก จำนวนเป้าหมาย 1 ครั้ง / 60 คน	*** รวมงบประมาณ 30,000.00 บาท *** - ค่าอาหารครบมื้อ 6,000.00 บาท (100.00 บาท x 60.00 คน) - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 20,000.00 บาท (ค่าตอบแทนคณะอนุกรรมการบูรณาการฯ) (20,000.00 บาท) - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 4,000.00 บาท (ค่าอุปกรณ์ประกอบการประชุม/ค่าถ่ายเอกสาร ประกอบการประชุม) (4,000.00 บาท)	สำนักงานโครงการ TO BE NUMBER ONE	กรมสุขภาพจิต
		รวมงบประมาณทั้งสิ้น	95,000,000.00	

ชื่อตัวชี้วัด (ตรงกับระบุไว้ในหัวข้อ 7.1.2)	Setting/กลุ่มเป้าหมายที่ให้ข้อมูล/จำนวนกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มตัวอย่าง	วิธีการเก็บข้อมูล			หน่วยเก็บข้อมูล	หน่วยวิเคราะห์ข้อมูล	หน่วยจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน	กรอบเวลาในการดำเนินงาน
		แบบรายงาน	แบบสอบถาม	survey				
เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประกวด/กิจกรรมสร้างสรรค์ในโครงการ TO BE NUMBER ONE ระดับภาค/ระดับประเทศ ไม่น้อยกว่า 1,000 คน 2) จำนวนชมรม / ศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ที่องค์ประธานโครงการทรงติดตามผลการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE อย่างน้อยปีละ 15 แห่ง เชิงคุณภาพ 1) ร้อยละ 90 ของ จังหวัด อำเภอ และ ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น ตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ 2) ร้อยละ 90 ของวัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ และทักษะในการป้องกันการติดสารเสพติด (มีภูมิคุ้มกันทางจิต) 3) จำนวนนวัตกรรม /องค์ความรู้การดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ในพื้นที่ อย่างน้อย 10 เรื่อง	Setting 1) เยาวชน และสมาชิก TO BE NUMBER ONE ที่เข้าร่วมกิจกรรมการประกวด และกิจกรรมสร้างสรรค์ในโครงการฯ ระดับภาคและระดับประเทศ 2) จังหวัดที่องค์ประธานโครงการเสด็จติดตามผลการดำเนินงานโครงการฯ 3) ของจังหวัด / ชมรม TO BE NUMBER ONE ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานดีเด่น มีการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้นตามเกณฑ์มาตรฐานต้นแบบ ทั้ง 5 ภาค 4) โรงเรียน / สถานประกอบการที่เข้าร่วมประกวดผลการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE จากทั่วประเทศ จำนวน 40 แห่ง และศูนย์เพื่อนใจ ในศูนย์การค้าทั้ง 4 แห่งทั่วประเทศ	✓	✓	✓	สำนักงานโครงการ TO BE NUMBER ONE	สำนักงานโครงการ To Be Number One	สำนักงานโครงการ To Be Number One	ต.ค. 65 - ก.ย. 66
	กลุ่มเป้าหมายที่ให้ข้อมูล 1) วัยรุ่น และเยาวชน ที่เป็นสมาชิก TO BE NUMBER ONE 2) แกนนำ อาสาสมัคร วัยรุ่นและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ TO BE NUMBER ONE จากโรงเรียน 30 แห่งๆ ละ 30 คน รวม 900 คน จากสถานประกอบการ 10 แห่งๆ ละ 30 คน รวม 300 คน และจากวัยรุ่นและเยาวชน ที่เป็นสมาชิกและใช้บริการศูนย์เพื่อนใจ ในศูนย์การค้าทั้ง 4 แห่งๆ ละ 30 คน รวม 120 คน							
	จำนวนกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มตัวอย่าง 1) การประกวดกิจกรรมต่างๆ ระดับภาค 4 ภาค และกรุงเทพมหานคร 2) สำนักงานโครงการ TO BE NUMBER ONE							

14. การวิเคราะห์ความเสี่ยง

กิจกรรมภายใต้โครงการ หรือ ลักษณะงานที่มีโอกาสเกิดความเสี่ยง	รายการความเสี่ยง/สาเหตุความเสี่ยง	ประเภทความเสี่ยง														คะแนนความเสี่ยง			กลยุทธ์/แนวทางการจัดการความเสี่ยง
		ด้าน				มิติธรรมาภิบาล (10 หลัก)										โอกาส (ค่า คะแนน 1-5)	ผลกระทบ (ค่า คะแนน 1-5)	คะแนน ความเสี่ยง	
		กลยุทธ์	การดำเนินงาน	การเงิน	กฎหมาย/ กฎระเบียบ	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	มีส่วนร่วม	โปร่งใส	ตอบสนอง	การรับผิดชอบต่อ ผู้เกี่ยวข้อง	นิติธรรม	กระจายอำนาจ	เสมอภาค	ฉันทามติ				
1. จัดสัมมนาเครือข่ายผู้ปฏิบัติงาน ในโครงการ TO BE NUMBER ONE จาก 76 จังหวัดและ 50 เขต	รายการความเสี่ยง ไม่มีการจัดสัมมนาดตามแผนที่ กำหนด		✓				✓			✓	✓					4	3	12	กลยุทธ์ การควบคุมความเสี่ยง
	สาเหตุความเสี่ยง 1. บุคลากรผู้รับผิดชอบภารกิจมาก 2. มีกิจกรรมตามพระดำริกิจกรรม อื่นนอกแผนเพิ่มขึ้นมา																		แนวทางการจัดการความเสี่ยง ประสานแผนการดำเนินงานให้ ผู้เกี่ยวข้องทราบทราบล่วงหน้า

15. แผนบริหารความเสี่ยง

รายการความเสี่ยง/สาเหตุความเสี่ยง	กลยุทธ์/แนวทางการจัดการความเสี่ยง	วัตถุประสงค์ในการจัดการความเสี่ยง	ตัวชี้วัดที่คาดหวังจากการจัดการความเสี่ยง	ขั้นตอน - กิจกรรมการจัดการ	ระยะเวลาการ	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
รายการความเสี่ยง ไม่มีการจัดสัมมนาดตามแผนที่กำหนด	กลยุทธ์ การควบคุมความเสี่ยง	เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบและวางแผนล่วงหน้า	มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้เยาวชนสมาชิก “ใครติดยากมือขึ้น” ในโครงการ TO BE NUMBER ONE ตามแนวพระราชดำริ 5 ภาค	1. แจ้งแผนการจัดกิจกรรมให้ ผู้เกี่ยวข้องทราบล่วงหน้า 2. ปรับแผนการจัดกิจกรรมให้ เหมาะสม	ต.ค. 65 – ก.ย. 66 งบประมาณสนับสนุน จากกระทรวงหลัก	- ไม่ใช้งบประมาณ -	สำนักงานโครงการ To Be Number One
สาเหตุความเสี่ยง 1. บุคลากรผู้รับผิดชอบภารกิจมาก 2. มีกิจกรรมตามพระดำริกิจกรรมอื่นนอกแผน เพิ่มขึ้นมา	แนวทางการจัดการความเสี่ยง ประสานแผนการดำเนินงานให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ ทราบล่วงหน้า						

16. ความสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานของกรมสุขภาพจิต

16.1 ความสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์กรมสุขภาพจิต

- ส่งเสริมสุขภาพจิต ป้องกันและควบคุมปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพจิตตลอดช่วงชีวิต
- สร้างความตระหนักและความเข้าใจต่อปัญหาสุขภาพจิต

16.2 ความสอดคล้องกับนโยบายกรมสุขภาพจิต

- ส่งเสริม สนับสนุนงานด้านสุขภาพจิตตามพระราชดำรัส, พระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ทุกพระองค์
- ร่วมมือร่วมใจกับกระทรวงสาธารณสุขในการบูรณาการงานสุขภาพจิตทุกช่วงวัยเข้ากับระบบการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม เพื่อตอบสนองพันธสัญญาการขับเคลื่อนนโยบายกระทรวงสาธารณสุข ปี 2564
- พัฒนาเด็กและเยาวชนคนรุ่นใหม่ ให้เป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์(Creativity) คิดเชิงบวก (Positivity) และคิดทำประโยชน์ช่วยเหลือผู้อื่นและสังคม (Response to Society) คือ “คิดดี คิดให้ คิดเป็น เป็นสุข : CPR”

17. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 17.1 กลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนมีค่านิยม “การเป็นหนึ่งโดยไม่พึ่งยาเสพติด”
- 17.2 มีบริการและกิจกรรมเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิต ให้ครอบคลุม กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและเยาวชน
- 17.3 มีบริการบำบัดรักษาและฟื้นฟูจิตใจเยาวชนสมาชิก “ใครติดยากมือขึ้น” ตามแนวทางโครงการ TO BE NUMBER ONE
- 17.4 กลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน สังคม และ ประเทศชาติ
- 17.5 ผู้เสพ ผู้ติดยาเสพติดได้รับการสนับสนุน และเพิ่มโอกาส ให้ ในการกลับตัวเป็นคนดีของสังคม
- 17.6 เครือข่ายหน่วยงาน/องค์กรภาครัฐ และเอกชน และเครือข่ายสมาชิก TO BE NUMBER ONE ทั่วประเทศได้รับการ พัฒนาในการดำเนินงานด้านการป้องกันปัญหาเสพติดในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนอย่างต่อเนื่อง
- 17.7 บุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดมีขวัญและกำลังใจ

18. องค์ความรู้และเทคโนโลยีที่ได้จากการดำเนินโครงการ

องค์ความรู้เดิม

- 1) รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดโดยทางโทรทัศน์ และวิทยุ
- 2) รูปแบบการจัดกิจกรรมรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด
- 3) รูปแบบและองค์ความรู้ในการจัดทำค่ายการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตให้แก่เยาวชนในชุมชน
- 4) รูปแบบและองค์ความรู้การดำเนินงานศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE
- 5) การดำเนินงานรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดโดยการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งในรูปแบบของสมาชิกและชมรม TO BE NUMBER ONE
- 6) รูปแบบการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน
- 7) คู่มือการอบรมวิทยากรหลักดำเนินงานชมรม TO BE NUMBER ONE และศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE
- 8) องค์ความรู้สำหรับแกนนำ/สมาชิก TO BE NUMBER ONE

องค์ความรู้ใหม่

นวัตกรรม / องค์ความรู้ TO BE NUMBER ONE การดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ในพื้นที่อย่างน้อย 10 เรื่อง

19. ปัญหาหรือ อุปสรรค/การแก้ไขปัญห

ปัญหาหรือ อุปสรรคในการดำเนินโครงการ	แนวทางแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรค
1) งบประมาณในการดำเนินงานไม่เพียงพอ 2) การดำเนินงานต้องอาศัยความร่วมมือและความพร้อมจากหลายภาคส่วนซึ่งทำให้กิจกรรมบางเรื่องล่าช้าไม่สามารถดำเนินการตามแผนงานที่วางไว้ 3) การดำเนินกิจกรรมในบางพื้นที่ยังมีปัญหาเรื่อง - ไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ - ผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญของโครงการฯ 4) สถานการณ์การแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้ต้องปรับแผนการดำเนินกิจกรรมและเลื่อนการดำเนินงานตามกิจกรรม	1) ขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานอื่นๆ 2) จัดประชุมร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายต่างๆ (ประชุมคณะอนุกรรมการบูรณาการ) และแจ้งแผนการดำเนินงานให้ทราบล่วงหน้า 3) กระตุ้นให้ผู้บริหารระดับสูงในพื้นที่เห็นความสำคัญของโครงการฯ และถือเป็นนโยบายที่สำคัญของพื้นที่ 4) ปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน หรือกิจกรรมตามสถานการณ์ เพื่อเื้อื่อต่อการดำเนินการจัดกิจกรรมและประโยชน์ในการถ่ายทอดความรู้โครงการ TO BE NUMBER ONE ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย

20. แผนการดำเนินงานในอนาคต

ปีงบประมาณ	กิจกรรมการดำเนินงาน	ผลที่คาดว่าจะได้รับ (รายปี)
2567	1) มีชมรม TO BE NUMBER ONE ที่มีศักยภาพเข้าร่วมการประกวดการนำเสนอผลงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ครบทุกเขตตั้ง 2) มีการประกวดกิจกรรมสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ของวัยรุ่นและเยาวชนอย่างน้อย 1 กิจกรรม 3) ศูนย์เพื่อนใจฯ ครอบคลุมทุกพื้นที่ และสามารถช่วยเหลือสมาชิกวัยรุ่นและเยาวชนที่มาใช้บริการเบื้องต้นได้	1) มีชมรม TO BE NUMBER ONE ที่มีศักยภาพเข้าร่วมการประกวดการนำเสนอผลงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ครบทุกเขตตั้ง 2) มีการประกวดกิจกรรมสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ของวัยรุ่นและเยาวชนอย่างน้อย 1 กิจกรรม 3) ศูนย์เพื่อนใจฯ ครอบคลุมทุกพื้นที่ และสามารถช่วยเหลือสมาชิกวัยรุ่นและเยาวชนที่มาใช้บริการเบื้องต้นได้

2568	1) กระตุ้นและสนับสนุนการจัดประกวดการนำเสนอผลงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ 2) กระตุ้นและสนับสนุนการแข่งขัน/ประกวดกิจกรรมสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ของวัยรุ่นและเยาวชน 3) สนับสนุนการจัดตั้งและดำเนินงานศูนย์เพื่อนใจให้มีคุณภาพและครอบคลุม โดย สนับสนุนสื่อการจัดอบรมอาสาสมัครฯ และสื่อองค์ความรู้การดำเนินงานศูนย์เพื่อนใจฯ 4) มีการจัดกิจกรรมพัฒนา EQ ภายในศูนย์เพื่อนใจฯ ในศูนย์การค้าทั้ง 4 แห่ง 5) มีการจัดการความรู้เรื่องการดำเนินงานโครงการ TO BE NUMBER ONE และสรุปเป็นองค์ความรู้ในการดำเนินงานสำหรับเครือข่ายผู้ปฏิบัติงานและ สมาชิก TO BE NUMBER ONE	1) มีชมรม TO BE NUMBER ONE ที่มีศักยภาพเข้าร่วมการประกวดการนำเสนอผลงานโครงการ TO BE NUMBER ONE ครอบคลุมเขตตั้ง 2) มีการประกวดกิจกรรมสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ของวัยรุ่นและเยาวชนอย่างน้อย 1 กิจกรรม 3) ศูนย์เพื่อนใจฯ ครอบคลุมทุกพื้นที่ และสามารถช่วยเหลือสมาชิกวัยรุ่นและเยาวชนที่มาใช้บริการเบื้องต้นได้ 4) สมาชิกวัยรุ่นและเยาวชนที่มาใช้บริการมีระดับความฉลาดทางอารมณ์อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 5) มีองค์ความรู้ในการดำเนินงานสำหรับเครือข่ายผู้ปฏิบัติงานและ สมาชิก TO BE NUMBER ONE จากการจัดการความรู้อย่างน้อย 10 เรื่อง
------	--	--

21. ชื่อผู้รับผิดชอบ

ชื่อ-สกุล : รินทร์ลภัส รัฐธนโรจน์ โทร : 02-590-8257 E-mail : social_dmh@hotmail.com