

แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ ๕ ปี
(พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐)
ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา



คำนำ

ตามความใน มาตรา ๑๖ แห่งพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.๒๕๕๖ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการนั้น โดยจัดทำเป็นแผนห้าปี ซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) หรือเรียกว่า แผนยุทธศาสตร์ ของ อย. ซึ่งเป็นแผนพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งแสดงถึง วิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาในอนาคต โดยเชื่อมโยงกรอบการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาตินโยบายรัฐบาล แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายประเทศไทย ๔.๐ และแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี ด้านสาธารณสุข รวมถึงเชื่อมประสานกับแนวทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในส่วนภูมิภาค เพื่อให้การดำเนินงานนำไปสู่เป้าหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

แผนปฏิบัติการฯ ฉบับนี้ ได้กำหนดทิศทางและกรอบแนวทางการดำเนินงานไปข้างหน้า ระยะ ๕ ปี ที่มีการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานให้ทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และเน้นการดำเนินงานเชิงรุกมากขึ้น พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ โดยการจัดทำโครงการแบบบูรณาการภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ต่างๆ ที่ส่งเสริมและส่งผลสูง (High Impact) ต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้บรรลุเป้าหมาย โดยมีกระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ ที่มุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการสะท้อนความต้องการและความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบุคลากร ของ อย. เพื่อนำมาประกอบการกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เป้าหมายและวิสัยทัศน์บรรลุได้ตามที่กำหนดไว้

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า แผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) ฉบับนี้ จะเป็นเสมือนเข็มทิศชี้แนวทางที่ชัดเจนที่จะนำไปสู่การพัฒนาและขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติเป็นรูปธรรมจากทุกท่าน เพื่อประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
บทที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร	๑-๖
บทที่ ๒ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐	๗-๑๘
บทที่ ๓ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	๒๐-๕๙
บทที่ ๔ การประเมินศักยภาพองค์กร	๖๐-๖๓
บทที่ ๕ สารระสำคัญแผนปฏิบัติการ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	๖๔-๗๐
บทที่ ๖ การนำแผนไปสู่การปฏิบัติ และตัวชี้วัด เพื่อติดตาม ประเมินผล	๗๑-๙๖

แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

บทที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร

ตามความใน มาตรา ๑๖ แห่งพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.๒๕๔๖ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการนั้น โดยจัดทำเป็นแผนห้าปี ซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ มีเป้าหมายขับเคลื่อนประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ทำให้รัฐบาลมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตั้งแต่เศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจยุคใหม่ไปจนถึงภาคอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง ให้สามารถออกแบบสร้างสรรค์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สุขภาพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันได้ นอกจากนี้ยังมุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และเตรียมคนไทยสู่ศตวรรษที่ ๒๑ ด้วยการพัฒนาระบบสาธารณสุขให้มีประสิทธิภาพ ส่งเสริม ป้องกัน และคุ้มครองผู้บริโภคจากปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพ สร้างความรู้ให้กับประชาชน ให้เกิดความเข้าใจ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สื่อออนไลน์ เพื่อลดผลกระทบด้านความปลอดภัยต่อสุขภาพ ส่งผลให้คนไทยมีสุขภาพที่ดี อีกทั้งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้มีผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำเป็น เช่น ยาจำเป็นในการรักษา COVID-19 และเวชภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่ เจลล้างมือแอลกอฮอล์ หน้ากากอนามัยทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดฆ่าเชื้อโรค ชุด PPE ถุงมือทางการแพทย์ พรอตectedใช้ชุดตรวจสำหรับ COVID-19 ประเภท Rapid Test Antigen หรือ Antigen Test Kits ฯลฯ เป็นต้น ที่เพียงพอให้ประชาชนสามารถใช้ในการป้องกันดูแลตนเอง และสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ในการดูแล ป้องกัน และรักษาผู้ป่วยติดเชื้อ

จากสถานการณ์ดังกล่าว พบว่า มีผู้ประกอบการจำนวนมากที่สนใจประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นในช่วง COVID-19 ซึ่งเดิมทีก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 ประเทศไทยนำเข้าเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อเกิดการระบาดของโรคในประเทศจีนและอีกหลายประเทศ จึงห้ามการส่งออกทำให้เกิดภาวะการขาดแคลนทั่วโลก ส่งผลให้ออกมาตรการส่งเสริมผู้ผลิตภายในประเทศ มีช่องทางพิเศษ (Fast Track) สำหรับการพิจารณาอนุญาตอำนวยความสะดวกการนำเข้า เพื่อให้คนไทยได้เข้าถึงและใช้ผลิตภัณฑ์ในสถานการณ์ COVID-19 ได้ทั่วถึง จากข้อมูลการพิจารณาอนุญาตของ อย. พบว่า มีการพิจารณาคำขอผลิตภัณฑ์สุขภาพ สถานประกอบการ และการโฆษณาจาก ๖๐๕,๐๑๙ รายการ ในปี ๒๕๕๔ เพิ่มขึ้นเป็น ๑,๒๕๘,๘๘๓ รายการ ในปี ๒๕๖๔ ส่งผลให้การแข่งขันด้านการส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณาเชิญชวน โอ้อวดสรรพคุณเกินจริงตามสื่อออนไลน์ ที่วีดิทัศน์ มากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งหากผู้บริโภคหลงเชื่อและไม่ตรวจสอบข้อมูลก่อนเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ จะก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพได้ โดยที่ผ่านมา อย. ได้ดำเนินการตรวจสอบเฝ้าระวังอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ซึ่งในปี ๒๕๖๔ ดำเนินการได้ทั้งสิ้น ๔๘๕,๒๕๗ รายการ (ข้อมูล ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๔) แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมเนื่องจากทรัพยากรที่มีจำกัด อย. จึงได้ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อตรวจสอบให้ครอบคลุมทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานของ ออย. ทั้งการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้โดยไม่เป็นอุปสรรคทางการค้า ออย. จึงได้ทบทวนทิศทางองค์กรและจัดทำแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น และเน้นการมีส่วนร่วมในการวางแผนจากทุกภาคส่วน ทั้งผู้บริโภค ผู้ประกอบการ เครือข่ายด้านต่างๆ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อเป็นกรอบและแนวทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ รวมถึงขอรับงบประมาณเพื่อปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ที่กำหนดต่อไป โดยกำหนดทิศทางและแนวทางการพัฒนา สรุปดังนี้

วิสัยทัศน์ เป็นองค์กรหลักด้านคุ้มครองผู้บริโภคและส่งเสริมผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อประชาชนสุขภาพดี

พันธกิจเพื่อการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์

- ๑) ยกกระดับมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคให้ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับแนวทางสากล
- ๒) ควบคุมกำกับผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เป็นไปตามกฎหมาย มีคุณภาพ ความปลอดภัย ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล
- ๓) เพิ่มศักยภาพของผู้บริโภค และผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ๔) เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงได้ทั้งในสภาวะปกติและฉุกเฉินหรือวิกฤติ

เป้าหมาย

ผู้บริโภคปลอดภัย ผู้ประกอบการก้าวไกล ระบบคุ้มครองสุขภาพไทยยั่งยืน

ค่านิยม Thai FDA

Thai (Thai Value)	ซื่อสัตย์ อ่อนน้อมถ่อมตน
F (Focus on People)	มุ่งผลประชาชน
D (Dependable)	ฝึกตน เป็นที่พึ่งพา
A (Advancement)	พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และมาตรการ

๑. ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล
กลยุทธ์ที่ ๑. เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย
มาตรการที่

๑. เพิ่มประสิทธิภาพระบบ Post-marketing Control เชิงรุก

- ๑.๑ บูรณาการการทำงานร่วมกัน หรือ จัดตั้ง “กองเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ” เพื่อให้เกิดเอกภาพในการปฏิบัติงาน
- ๑.๒ พัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับการประกอบธุรกิจวิถีใหม่และการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ๑.๓ เพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมตัวยาและสารตั้งต้นเคมีภัณฑ์ที่เป็นวัตถุเสพติด หรือนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม
- ๑.๔ พัฒนาระบบเฝ้าระวังและสื่อสารความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอัจฉริยะ

กลยุทธ์ที่ ๒. เพิ่มความเข้มแข็งการจัดการโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก
มาตรการที่

๒. จัดการปัญหาโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพกลุ่มเสี่ยงทางสื่อออนไลน์

- ๒.๑ บูรณาการการทำงานกับหน่วยงานรัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด
- ๒.๒ สร้างการมีส่วนร่วมจัดทำระบบป้องกันการโฆษณาและขายสินค้าของแพลตฟอร์มในสื่อออนไลน์
- ๒.๓ สานพลังองค์กรเครือข่ายผู้บริโภคเฝ้าระวังปิดกั้นการโฆษณา
- ๒.๔ ประมวลผลความผิดทางกฎหมาย เพื่อแก้ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายในเชิงระบบ

กลยุทธ์ที่ ๓. พัฒนารูปแบบตามปัญหาการคุ้มครองของประเทศและพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ
มาตรการที่

- ๓.๑ ส่งเสริมการดำเนินการตามโครงการพระราชดำริ
- ๓.๒ พัฒนานวัตกรรมหรือรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓.๓ พัฒนารูปแบบการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพและสถานประกอบการให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล/ ข้อตกลงระหว่างประเทศ

๒. ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ : ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑. ยกระดับการสื่อสารและการสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนความรู้สุขภาพในงานคุ้มครองผู้บริโภค
มาตรการที่

๑. สร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในทุกภาคส่วน

- ๑.๑ ยกระดับการสื่อสารให้ครอบคลุมทุกช่องทาง ทั้งสื่อมวลชน สื่อออนไลน์
- ๑.๒ สร้างและพัฒนาการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๓. ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ความมั่นคงของผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑. เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการจัดการเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน

มาตรการที่

- ๑.๑ สร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน
- ๑.๒ พัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพตามความต้องการและวัตถุประสงค์เชิงนโยบายได้ตามมาตรฐานสากล เพื่อป้องกันการขาดแคลน

กลยุทธ์ที่ ๒. ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อความมั่นคงในประเทศ

มาตรการที่

- ๒.๑ สำรองและจัดทำกรอบรายการผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำเป็น
- ๒.๒ เสริมสร้างความเชื่อมั่นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผลิตและจำหน่ายในประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓. ส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน

มาตรการที่

๓. ส่งเสริมการผลิตและการนำเข้า พร้อมทั้งขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำเป็น เพื่อการเข้าถึงของประชาชน
 - ๓.๑ วิจัยและสำรวจการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพ ตามกรอบที่กำหนดจากกองผลิตภัณฑ์
 - ๓.๒ ส่งเสริมการใช้ยาจากสมุนไพรในระบบบริการสาธารณสุข
 - ๓.๓ ส่งเสริมการใช้ยาสำหรับดูแลสุขภาพเบื้องต้น โดยการเพิ่มรายการยาสามัญประจำบ้าน (ยาแผนปัจจุบัน)

๔. ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๑. สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันในระดับสากล

มาตรการที่

๑. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศสู่สากล
 - ๑.๑ พัฒนาเกษตรแปรรูป
 - ๑.๒ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์กัญชา กัญชง และสมุนไพร
 - ๑.๓ ส่งเสริมสมุนไพร เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - ๑.๔ เสริมสร้างรากฐานวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมไทยสู่ตลาดโลก
 - ๑.๕ พัฒนาระบบการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนเชิงรุก เพื่อความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจฐานราก
 - ๑.๖ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์สุขภาพนวัตกรรม
 - ๑.๗ ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพในต่างประเทศ
 - ๑.๘ จัดตั้งหน่วยวิชาการประเมินผลิตภัณฑ์สุขภาพ

- กลยุทธ์ที่ ๒. ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ**
มาตรการที่
๒. เพิ่มประสิทธิภาพการบริการสู่ความเป็นเลิศและส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดี
๒.๑ พัฒนามาตรฐานและนวัตกรรมการให้บริการ

- กลยุทธ์ที่ ๓. พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ**
มาตรการที่
๓. พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ (National Health Product Knowledge Hub)
๓.๑ พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๓.๒ พัฒนาระบบคลังข้อมูล และเชื่อมโยงข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทั้งภายในและนอก อย.

๕. ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ : องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล

- กลยุทธ์ที่ ๑. ยกระดับการบริหารจัดการองค์กร เพื่อส่งเสริมความเชื่อมั่นให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**
มาตรการที่
๑. พัฒนามาตรฐานการบริหารจัดการสู่องค์กรให้มีสมรรถนะสูง
๑.๑ พัฒนาศักยภาพองค์กรตามเกณฑ์คุณภาพ PMQA
๑.๒ ส่งเสริมองค์กรแห่งการเรียนรู้ KM
๑.๓ ส่งเสริมและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- กลยุทธ์ที่ ๒. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารระบบคุณภาพมาตรฐาน**
มาตรการที่
๒.๑ เพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ISO ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
๒.๒ เพิ่มประสิทธิภาพการพิจารณาอนุญาต

- กลยุทธ์ที่ ๓. ลดค่าใช้จ่ายด้วยนวัตกรรมหรือดิจิทัล**
มาตรการที่
๓. พัฒนานวัตกรรมและระบบงานดิจิทัล เพื่อยกระดับสมรรถนะขององค์กร

- กลยุทธ์ที่ ๔. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคล**
มาตรการที่
๔.๑ สร้างศักยภาพบุคลากรสู่ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (HR Transformation)
๑) ส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาดิจิทัล
๒) พัฒนาบุคลากรทักษะ ๔ ด้าน
๓) จัดทำระบบและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเฉพาะตามสายงาน
๔.๒ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคล
๔.๓ สร้างจิตสำนึกที่สอดคล้องกับค่านิยมของ อย. ในบุคลากรทุกระดับ
๔.๔ สร้างแนวคิดการทำงานแบบบูรณาการความร่วมมือลดข้อจำกัดต่างๆ ด้วยหลักการ “จากหน่วยงานของฉัน สู่ อย. ของเรา” ในบุคลากรทุกระดับ

**กลยุทธ์ที่ ๕. เสริมสร้างความร่วมมือและพัฒนางานวิจัย งานวิชาการ และนวัตกรรม
มาตรการที่**

- ๕.๑ ส่งเสริมงานวิจัย เพื่อพัฒนากลไกการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ
ในสถานการณ์ปกติหรือวิกฤติ ร่วมกันระหว่างภาครัฐ สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย
ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และต่างประเทศ
- ๕.๒ ส่งเสริมงานวิจัยและนวัตกรรม เพื่อความเป็นเลิศของผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ๕.๓ สร้างนักวิจัย/ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัย และสร้างแรงจูงใจ

**กลยุทธ์ที่ ๖. พัฒนาขีดความสามารถขององค์กรด้านดิจิทัล
มาตรการที่**

๖. ปรับเปลี่ยน อย. สู่องค์กรดิจิทัล (Digital Transformation)

- ๖.๑ ปรับเปลี่ยน อย. สู่องค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) โดยพัฒนา
องค์กร ๓ ประเด็นดังนี้
 - ๑) ปัญญาประดิษฐ์ (AI)
 - ๒) โปรแกรมสนทนาอัตโนมัติ (Chatbot)
 - ๓) การเก็บและจัดการชุดข้อมูลขนาดใหญ่ (Data Lake)
- ๖.๒ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและกระบวนการให้เป็นดิจิทัล (FDA Digital
Transformation)
 - ๑) ปรับปรุงระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการ
ปฏิบัติงานการพิจารณาอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ
 - ๒) ติดตั้งระบบโทรศัพท์ดิจิทัล (IP Phone)
 - ๓) พัฒนาระบบตรวจสอบ ฝ้าระวัง และเตือนภัยด้านความมั่นคง
ปลอดภัยของระบบคอมพิวเตอร์อัจฉริยะ
 - ๔) พัฒนาระบบคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Data Center)
 - ๕) ปรับปรุงระบบไฟฟ้า เพื่อให้บริการระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง
 - ๖) พัฒนาระบบงาน Post marketing ด้วยระบบดิจิทัล

บทที่ ๒ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี
เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐

๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑)

๑) ยุทธศาสตร์ชาติ (หลัก) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

(๑) เป้าหมาย ๑. คนไทยเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพ พร้อมสำหรับวิถีชีวิต
ในศตวรรษที่ ๒๑
๒. สังคมไทยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อและสนับสนุนต่อการ
พัฒนาคนตลอดช่วงชีวิต

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

(๒.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔.๕ การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดี

(๒.๑.๑) ข้อ ๔.๕.๑ การสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาวะ

(๒.๑.๒) ข้อ ๔.๕.๒ การป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงที่คุกคามสุขภาวะ

(๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑
ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ ๑ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุม และกำกับดูแล
ผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย

กลยุทธ์ที่ ๒ เพิ่มความเข้มแข็งการจัดการโฆษณาและผลิตภัณฑ์
สุขภาพเชิงรุก

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนารูปแบบตามปัญหาการคุ้มครองของประเทศ
และพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑ ยกระดับการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน
เพื่อขับเคลื่อนความรู้สุขภาพในงานคุ้มครองผู้บริโภค

และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ ความมั่นคงของผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑ เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
รวมถึงการจัดการ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน ในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน

กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ
เพื่อความมั่นคงในประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน
ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

๒) ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านความมั่นคง

- (๑) เป้าหมาย ๑. บ้านเมืองมีความมั่นคงในทุกมิติและทุกระดับ
๒. ประเทศไทยมีบทบาทด้านความมั่นคงเป็นที่ชื่นชม
และได้รับการยอมรับโดยประชาคมระหว่างประเทศ

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

(๒.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔.๒ การป้องกันและแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง

(๒.๑.๑) ข้อ ๔.๒.๑ การแก้ไขปัญหาความมั่นคงในปัจจุบัน

(๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ ๑ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย

และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ ความมั่นคงของผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑ เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการจัดการเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน ในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน

กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อความมั่นคงในประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

๓) ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

(๑) เป้าหมาย ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

(๒.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔.๑ การเกษตรสร้างมูลค่า

(๒.๑.๑) ข้อ ๔.๑.๑ เกษตรปลอดภัย

(๒.๑.๒) ข้อ ๔.๑.๒ เกษตรชีวภาพ

(๒.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔.๒ อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต

(๒.๒.๑) ข้อ ๔.๒.๑ อุตสาหกรรมชีวภาพ

(๒.๒.๒) ข้อ ๔.๒.๒ อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร

(๒.๒.๓) ข้อ ๔.๒.๓ อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์

(๒.๓) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔.๔ โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก

(๒.๓.๑) ข้อ ๔.๔.๑ สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ

(๒.๔) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔.๕ พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

(๒.๔.๑) ข้อ ๔.๕.๑ สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ

(๒.๔.๒) ข้อ ๔.๕.๒ ปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ

(๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ ๒ ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

๔) ยุทธศาสตร์ชาติ (รอง) ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหาร

จัดการภาครัฐ

- (๑) เป้าหมาย ๑. ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส
๒. ภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

(๒.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔.๔ ภาครัฐมีความทันสมัย

(๒.๑.๑) ข้อ ๔.๔.๑ องค์กรภาครัฐมีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับบริบทการพัฒนาประเทศ

(๒.๑.๒) ข้อ ๔.๔.๒ พัฒนาและปรับระบบวิธีการปฏิบัติราชการให้ทันสมัย

(๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ ๑ ยกระดับการบริหารจัดการองค์กร เพื่อส่งเสริมความเชื่อมั่นให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ ๒ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารระบบคุณภาพมาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ ๓ ลดค่าใช้จ่ายด้วยนวัตกรรมหรือดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ ๔ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคล

กลยุทธ์ที่ ๕ เสริมสร้างความร่วมมือและพัฒนางานวิจัย งานวิชาการ และนวัตกรรม

กลยุทธ์ที่ ๖ พัฒนาขีดความสามารถขององค์กรด้านดิจิทัล

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

๒.๒ แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

(๑) ประเด็น (หลัก) การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดี

(๑.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย คือ คนไทยมีสุขภาวะที่ดีขึ้น และมีความเป็นอยู่ดีเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ ๑ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย

กลยุทธ์ที่ ๒ เพิ่มความเข้มแข็งการจัดการโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนารูปแบบตามปัญหาการคุ้มครองของประเทศและพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑ ยกกระดับการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนความรู้สุขภาพในงานคุ้มครองผู้บริโภค

และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ ความมั่นคงของผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑ เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการจัดการ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน ในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน

กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อความมั่นคงในประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๑.๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (หลัก) การสร้างความรู้ด้านสุขภาวะและการป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงที่คุกคามสุขภาวะ

- แนวทางการพัฒนา (เฉพาะ ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับ อย.) ดังนี้

๑) ข้อ ๑ สร้างเสริมความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการสุขภาวะของคนทุกกลุ่มวัย อาทิ ผ่านการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านสุขภาวะ และสุขภาวะที่ถูกต้องให้ประชาชนสามารถเข้าถึงโดยสะดวก และนำไปใช้ในการจัดการสุขภาวะได้อย่างเหมาะสม

๒) ข้อ ๒ พัฒนาภาคีเครือข่ายประชาชน ชุมชน ท้องถิ่น ให้มีความรู้เกี่ยวกับการเจ็บป่วยและตายจากโรคที่ป้องกันได้ มีศักยภาพในการป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงที่คุกคามสุขภาวะ ได้ด้วยตัวเอง นำไปสู่การพึ่งตัวเอง และมีการกระจายอำนาจการวางแผน การตัดสินใจ เพื่อให้ดำเนินการด้านสุขภาพต่าง ๆ ตอบสนองต่อความจำเป็นในพื้นที่อย่างแท้จริง รวมทั้งพัฒนาระบบเฝ้าระวังป้องกันและควบคุมทุกระดับ

๓) ข้อ ๓ การพัฒนาระบบเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุม และกลไกการสื่อสารประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการทุกระดับ เพื่อลดภัยคุกคามที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสุขภาวะคนไทย

๔) ข้อ ๔ กำหนดมาตรการป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงที่คุกคามสุขภาพ โดยผลักดันการสร้างเสริมสุขภาพในทุกนโยบายที่ให้หน่วยงานทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสุขภาพของประชาชน เพื่อลดภัยคุกคามที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสุขภาพคนไทย

- **เป้าหมายของแผนย่อย** คือ ประชาชนมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ สามารถดูแลสุขภาพ มีพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ และสามารถป้องกันและลดโรคที่สามารถป้องกันได้ เกิดเป็นสังคมเข้มแข็งสำนึกการมีสุขภาพดี

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ ๑ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย

กลยุทธ์ที่ ๒ เพิ่มความเข้มแข็งการจัดการโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนารูปแบบตามปัญหาการคุ้มครองของประเทศ และพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑ ยกกระดับการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนความรู้สุขภาพในงานคุ้มครองผู้บริโภค

(๒) ประเด็น (รอง) ความมั่นคง

(๒.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมาย** คือ ประเทศชาติมีความมั่นคงในทุกมิติ และทุกระดับเพิ่มขึ้น

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ ๑ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย

และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ ความมั่นคงของผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑ เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการจัดการ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน ในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน

กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อความมั่นคงในประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๒.๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (หลัก) การป้องกันและแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง

- **แนวทางการพัฒนา** (เฉพาะ ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับ อย.) ดังนี้
ข้อ ๑ ป้องกันและปราบปรามยาเสพติด
- **เป้าหมายของแผนย่อย** คือ ปัญหาความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน (เช่น ปัญหายาเสพติด ความมั่นคงทางไซเบอร์ การค้ามนุษย์ ฯลฯ) ได้รับการแก้ไขจนไม่ส่งผลกระทบต่อการบริหารและพัฒนาประเทศ

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ ๑ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ ความมั่นคงของผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑ เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการจัดการ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน ในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน

กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อความมั่นคงในประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๓) ประเด็น (รอง) การเกษตร

(๔.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมาย** คือ ผลิตภาพการผลิตของภาคเกษตรเพิ่มขึ้น
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ ๑ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย

กลยุทธ์ที่ ๒ เพิ่มความเข้มแข็งการจัดการโฆษณา และผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนารูปแบบตามปัญหาการคุ้มครองของประเทศ และพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ ๒ ยกกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๓.๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (หลัก) เกษตรแปรรูป

- **แนวทางการพัฒนา** (เฉพาะ ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับ อย.) ดังนี้

๑) ข้อ ๑) ส่งเสริมการพัฒนาและใช้วัตถุดิบและผลิตผลทางการเกษตรที่เชื่อมโยงไปสู่กระบวนการ แปรรูปในอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูง โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทานให้แก่เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร

๒) ข้อ ๒) ส่งเสริมการแปรรูปโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพในการแปรรูป สร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้า เกษตร รวมทั้งการผลักดันเทคโนโลยีและนวัตกรรม การแปรรูปสินค้าเกษตรขั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะ และผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์

๓) ข้อ ๓) สนับสนุนการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิตหลังการเก็บเกี่ยว และการแปรรูป อาทิ บรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ ควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย ติดตามผลิตภัณฑ์ระหว่างขนส่ง และยืดอายุของอาหารและสินค้าเกษตรในบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า

- **เป้าหมายของแผนย่อย** คือ สินค้าเกษตรแปรรูป และผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ ๑ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย

กลยุทธ์ที่ ๒ เพิ่มความเข้มแข็งการจัดการโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนารูปแบบตามปัญหาการคุ้มครองของประเทศและพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ

และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ ๒ ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๔) ประเด็น (รอง) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต

(๔.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมาย** คือ ผลผลิตภาพการผลิตของภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการเพิ่มขึ้น

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ ๒ ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๔.๒) **แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (หลัก) อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร**

- **แนวทางการพัฒนา** (เฉพาะ ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับ อย.) ดังนี้

๑) ข้อ ๒ ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการด้านสุขภาพ เช่น การแพทย์ทางไกลและการแพทย์แม่นยำ ปัญญาประดิษฐ์ เทคโนโลยีชีวภาพด้านสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ยา และชีววัตถุ เป็นต้น ตลอดจนจัดทำฐานข้อมูลที่จำเป็นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในทุกมิติของการให้บริการด้านสุขภาพ

๒) ข้อ ๕ ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และการให้บริการทางการแพทย์ให้เทียบเท่ากับระดับสากล ยกระดับการแพทย์และบริการสุขภาพแผนไทย สร้างศูนย์ทดสอบมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกในการตรวจและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ของไทยให้กับผู้ประกอบการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ในราคาที่เป็นธรรมเพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันได้มากขึ้น

- **เป้าหมายของแผนย่อย** คือ อุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ ๒ ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๕) ประเด็น (รอง) การท่องเที่ยว

(๕.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย คือ ความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยดีขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ ๒ ยกกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๕.๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (หลัก) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย

- แนวทางการพัฒนา (เฉพาะ ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับ อย.) ดังนี้
ข้อ ๓ พัฒนาระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านแพทย์แผนไทยให้มีมาตรฐานระดับสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยการวิจัย พัฒนานวัตกรรมต่อยอดให้เกิดสินค้าใหม่ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์พร้อมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์การแพทย์แผนไทย

- เป้าหมายของแผนย่อย คือ สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและบริการทางการแพทย์ได้รับมาตรฐานเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ ๒ ยกกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๖) ประเด็น (รอง) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

(๖.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มิมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ ๒ ยกกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ
กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๖.๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (หลัก) การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ

- **แนวทางการพัฒนา** (เฉพาะ ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับ อย.) ดังนี้
ข้อ ๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปรับรูปแบบธุรกิจใหม่โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับวิถีการดำเนินธุรกิจตลอดกระบวนการมากขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ลดต้นทุน และรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการธุรกิจและการตลาด ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ประกอบการรายใหญ่

- **เป้าหมายของแผนย่อย** คือ ความสามารถในการแข่งขันด้านการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลขึ้น

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ
กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันในระดับสากล
กลยุทธ์ที่ ๒ ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ
กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ
ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๗) ประเด็น (รอง) การบริการประชาชน และประสิทธิภาพภาครัฐ

(๗.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมาย** คือ บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ
กลยุทธ์ที่ ๒ ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ
และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล
กลยุทธ์ที่ ๑ ยกระดับการบริหารจัดการองค์กร เพื่อส่งเสริมความเชื่อมั่นให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๗.๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (หลัก) การพัฒนาบริการประชาชน

- **แนวทางการพัฒนา** (เฉพาะ ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับ อย.) ดังนี้
 - ๑) ข้อ ๑ พัฒนารูปแบบบริการภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชน
 - ๒) ข้อ ๒ พัฒนาการให้บริการภาครัฐผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลประยุกต์ใช้
 - ๓) ข้อ ๓ ปรับวิธีการทำงาน
- **เป้าหมายของแผนย่อย** คือ งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๒ ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ

และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ ๑ ยกระดับการบริหารจัดการองค์กร เพื่อส่งเสริมความ

เชื่อมั่นให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ ๖ พัฒนาขีดความสามารถขององค์กรด้านดิจิทัล

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๗.๓) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (รอง) การพัฒนาระบบบริหารงานภาครัฐ

- แนวทางการพัฒนา (เฉพาะ ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับ อย.) ดังนี้

๑) ข้อ ๑ พัฒนาหน่วยงานภาครัฐให้เป็น “ภาครัฐทันสมัย เปิดกว้าง เป็นองค์กรขีดสมรรถนะสูง”

๒) ข้อ ๒ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์การและ ออกแบบระบบการดำเนินงานใหม่ ให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว กระชับ ทันสมัย

- เป้าหมายของแผนย่อย คือ ภาครัฐมีขีดสมรรถนะสูงเทียบเท่า มาตรฐานสากลและมีความคล่องตัว

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ ๑ ยกระดับการบริหารจัดการองค์กร เพื่อส่งเสริมความ

เชื่อมั่นให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ ๒ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารระบบคุณภาพมาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ ๓ ลดค่าใช้จ่ายด้วยนวัตกรรมหรือดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ ๔ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคล

กลยุทธ์ที่ ๕ เสริมสร้างความร่วมมือและพัฒนางานวิจัย งานวิชาการ

และนวัตกรรม

กลยุทธ์ที่ ๖ พัฒนาขีดความสามารถขององค์กรด้านดิจิทัล

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๘) ประเด็น (รอง) การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(๘.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย คือ ประเทศไทยปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ ๔ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคล

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

**(๘.๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (หลัก) การป้องกันการทุจริตและ
ประพฤตินมิชอบ**

- **แนวทางการพัฒนา** (เฉพาะ ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับ อย.) ดังนี้
 - ๑) ข้อ ๒ ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีความใสสะอาด ปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต
 - ๒) ข้อ ๓ พัฒนาค่านิยมของนักการเมืองให้มีเจตนาธรรมที่แน่วแน่ในการทำตนเป็นแบบอย่างที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม
 - ๓) ข้อ ๔ ปรับ “ระบบ” เพื่อลดจำนวนคดีทุจริตและประพฤตินมิชอบในหน่วยงานภาครัฐ
 - ๔) ข้อ ๕ ปรับระบบงานและโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการลดการใช้ดุลพินิจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่
- **เป้าหมายของแผนย่อย** คือประชาชนมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมซื่อสัตย์สุจริต
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล
กลยุทธ์ที่ ๔ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคลในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(๙) ประเด็น (รอง) การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม

(๙.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมาย** คือ
 - ๑) ความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างฐานทางเทคโนโลยีและด้านโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ของประเทศเพิ่มสูงขึ้น
 - ๒) มูลค่าการลงทุนวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ**
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล
กลยุทธ์ที่ ๕ เสริมสร้างความร่วมมือและพัฒนางานวิจัย งานวิชาการและนวัตกรรม
ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

**(๙.๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (หลัก) ด้านปัจจัยสนับสนุนในการวิจัย
และพัฒนานวัตกรรม**

- **แนวทางการพัฒนา** (เฉพาะ ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับ อย.) ดังนี้
ข้อ ๔) ส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยี การวิจัยพัฒนา การออกแบบและวิศวกรรม รวมทั้งการพัฒนากระบวนการและผลิตภัณฑ์ โดยดำเนินงานในลักษณะของการเป็นหุ้นส่วนกันระหว่างผู้ใช้เทคโนโลยี ผู้ให้บริการเทคโนโลยี ทั้งในภาครัฐและเอกชนกับกลุ่มนักวิจัย และบูรณาการความเชี่ยวชาญกับหน่วยงาน อื่นๆ ได้อย่างคล่องตัว รวมทั้งใช้กลไกความร่วมมือกับต่างประเทศ และสร้างมาตรการจูงใจผู้เชี่ยวชาญ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เพื่อร่วมกันวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีขั้นแนวหน้า ให้มีความทันสมัยสอดคล้อง การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ในอนาคต ตอบสนองความต้องการของประเทศได้อย่างทันที่่วงที่ และสามารถใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์เพื่อเพิ่มระดับผลิตภาพ ลดต้นทุน เกิดผลตอบสนองต่อการลงทุนสูง และมีผลการวิจัยตามความต้องการของอุตสาหกรรมได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน

● เป้าหมายของแผนย่อย คือ สัดส่วนการลงทุนวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชนต่อภาครัฐ เพิ่มขึ้น

● การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕
องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ ๕ เสริมสร้างความร่วมมือและพัฒนางานวิจัย งานวิชาการ
และนวัตกรรม

ในการขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

บทที่ ๓ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

ในการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้ทบทวนบริบทแวดล้อมที่มีผลต่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยเชื่อมโยงตั้งแต่ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายรัฐบาล และแผนระดับกระทรวง รวมถึงได้ทบทวนสถานการณ์ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร เพื่อจะได้ทราบว่ามีปัจจัยหรือสภาวะแวดล้อมมีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะใดก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดต่อองค์กรอย่างไรบ้าง โดยใช้เครื่องมือ PEST ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและ McKinsey 7S ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายในโดยมีผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังนี้

สถานการณ์ภายนอกที่กระทบต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๑. การเมืองและกฎหมาย (Political law)

๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐)^๑

พระราชกฤษฎีกา ๑๓ ตุลาคม ๒๕๖๑ ประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ๑) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ๒) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ๓) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ๔) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ๕) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ๖) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามี ดังนี้

๑) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ให้ความสำคัญกับแก้ไขปัญหาคความมั่นคงในปัจจุบัน ซึ่งเป็นปัญหาเดิมที่มีอยู่ให้หมดไปอย่างรวดเร็ว เช่น การแพร่ระบาดของยาเสพติด รวมถึงการเตรียมความพร้อมเผชิญกับสภาวะไม่ปกติ หรือภัยคุกคามทุกมิติทุกรูปแบบทุกระดับ การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศให้เป็นไปตามหลักการปฏิบัติสากล กฎหมาย และความตกลงระหว่างประเทศ

๒) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่ให้ความสำคัญกับ **เกษตรปลอดภัย** สร้างความตระหนักแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภค ในเรื่องความสำคัญของมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร ระบบการตรวจรับรองคุณภาพมาตรฐาน ระบบตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ **เกษตรชีวภาพ** ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิต และสร้างความมั่นคงของประเทศ โดยเฉพาะพืชสมุนไพร ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร **อุตสาหกรรมชีวภาพ** เพิ่มสัดส่วนอุตสาหกรรมชีวภาพที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ได้แก่ ชีวเคมีภัณฑ์ วัสดุชีวภาพ อาหารเสริม เวชสำอาง วัคซีน ชีวเภสัชภัณฑ์ และสารสกัดจากสมุนไพร **อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร** พัฒนาอุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครอบคลุมการผลิตเครื่องมือ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ การผลิตเวชภัณฑ์ และครุภัณฑ์การแพทย์ ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีการแพทย์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับคนไทย การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริการการแพทย์ เพื่อยกระดับการให้บริการ และสร้างความมั่นคงให้กับระบบสาธารณสุขของไทย **สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ** พัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้มีความพร้อมทางโครงสร้างพื้นฐานที่จะทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมและนวัตกรรม ตลอดจนเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ทำการอำนวยความสะดวกทางการค้าการลงทุน

^๑ https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_PlanOct๒๐๑๘.pdf

รวมทั้งมีมาตรการสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมาย **ปรับบทบาทและโอกาสเข้าถึงบริการภาครัฐ** เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นการเริ่มต้นธุรกิจ การขออนุญาตต่างๆ รวมทั้งพัฒนาภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ระบบรับรองคุณภาพให้มีประสิทธิภาพ

๓) **ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์** ให้มีความสำคัญกับการเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดี โดยการ**สร้างความรอบรู้ด้านสุขภาวะ** พัฒนาการความรู้ และสื่อสารด้านสุขภาวะที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ให้แก่ประชาชน จนเกิดเป็นทักษะในการจัดการสุขภาวะของตนเอง เช่น การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพให้มีความเหมาะสม **การป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงที่คุกคามสุขภาพ** การ**พัฒนาระบบบริการสุขภาพที่ทันสมัยสนับสนุนการสร้างสุขภาวะที่ดี**

๔) **ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ** โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็วโปร่งใส ปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานให้มีลักษณะที่เบ็ดเสร็จครบวงจร มีความร่วมมือกับภาคีอื่นๆ เชื่อมโยงการให้บริการสาธารณะต่างๆ ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ ถ่ายโอนภารกิจและกระจายอำนาจในระดับที่เหมาะสม เพื่อให้ชุมชนและท้องถิ่นเข้มแข็ง พัฒนาการให้ทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และมีขีดสมรรถนะสูง บุคลากรเป็นคนดี และเก่งยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม และเป็นมืออาชีพ บริหารกำลังคนที่มีความคล่องตัว ยึดระบบคุณธรรม มีการพัฒนาตามเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ องค์กรมีความโปร่งใสปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่างๆ และมีเท่าที่จำเป็น

๑.๒ **นโยบายรัฐบาล**^๒ คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี แถลงต่อรัฐสภา วันพฤหัสบดีที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๒ มีนโยบาย ดังนี้

๑.๒.๑ **นโยบายสำคัญที่เกี่ยวข้อง** มีดังนี้

ข้อ ๒ **การสร้างความมั่นคงและความปลอดภัยของประเทศ และความสงบสุขของประเทศ**

ข้อ ๒.๕ **แก้ไขปัญหาเสพติดอย่างจริงจังทั้งระบบ ด้วยการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดปราบปรามแหล่งผลิตและเครือข่ายผู้ค้ายาเสพติด โดยเฉพาะผู้มีอิทธิพล และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องอย่างเด็ดขาด ป้องกันเส้นทางการนำเข้า ส่งออกโดยร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน การลดจำนวนผู้ค้าและผู้เสพรายใหม่ และให้ความรู้เยาวชนถึงภัยยาเสพติดอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งฟื้นฟูดูแลรักษาผู้เสพผ่านกระบวนการทางสาธารณสุข**

ข้อ ๔ **การสร้างบทบาทของไทยในเวทีโลก**

ข้อ ๔.๒ **เสริมสร้างความเป็นปึกแผ่นของอาเซียน ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะภายใต้การเป็นประธานอาเซียนของไทย ผลักดันให้เกิด ความร่วมมือที่เป็นรูปธรรมระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน และระหว่างอาเซียนกับประเทศคู่เจรจา เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามแนวคิด “ร่วมมือ ร่วมใจ ก้าวไกล ยั่งยืน” และเป็นแกนกลางของอาเซียนในการสนับสนุนให้เกิดสันติสุขและความเจริญก้าวหน้าที่ยั่งยืนในภูมิภาค**

ข้อ ๔.๓ **ส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ภายใต้กรอบความร่วมมือต่างๆ เพื่อนำไปสู่การแสวงหาโอกาสทางการค้า การลงทุน องค์ความรู้และนวัตกรรมกับประเทศที่มีศักยภาพในภูมิภาคต่างๆ ของโลก อาทิ ยุโรป ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ และสนับสนุนการขยายธุรกิจในสาขาที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพ ส่งเสริมความร่วมมือ ทางวัฒนธรรมของไทยด้วยการส่งเสริมเอกลักษณ์อัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรม เพื่อสร้างการรับรู้ ที่กว้างขวางมากขึ้นในเวทีโลก**

^๒ https://www.thaigov.go.th/uploads/document/๖๖/๒๐๑๙/๐๗/pdf/Doc_๒๐๑๙๐๗๒๕๐๘๕๖๔๐๐๐๐๐๐๐.pdf

ข้อ ๕ การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย

ข้อ ๕.๒ พัฒนาภาคอุตสาหกรรม

ข้อ ๕.๒.๒ พัฒนาอุตสาหกรรมไทยให้สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีหรือแนวโน้มการค้าโลก โดยคำนึงถึงศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน แนวโน้มความต้องการของตลาดในประเทศและตลาดโลก เพื่อให้อุตสาหกรรมไทยมีระดับผลิตภาพที่สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก สร้างนวัตกรรมใหม่ที่มีมูลค่าสูงในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ และอุตสาหกรรมอนาคต อาทิ อุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการพัฒนาระบบคมนาคมของประเทศ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความมั่นคงของประเทศ อุตสาหกรรมอวกาศ พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานให้สามารถใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ข้อ ๕.๒.๓ สร้างกลไกสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการรายใหม่ โดยการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเข้าถึงเทคโนโลยี การวิจัยและนวัตกรรม การปรับปรุงกฎระเบียบให้เอื้อต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ การเข้าถึงแหล่งเงิน การพัฒนาศูนย์ทดสอบหรือวิจัย และออกแบบที่ได้มาตรฐานสากล และการใช้สถาบันการศึกษาที่มีอยู่ในพื้นที่มาสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ

ข้อ ๕.๒.๔ พัฒนาระบบและกลไกภาครัฐและสภาพแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพในการสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยการจัดทำแพลตฟอร์มที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้นในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้นวัตกรรม การพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน การตลาด และการบัญชี เพิ่มประสิทธิภาพของระบบบ่มเพาะผู้ประกอบการ และสถาบันเฉพาะทางต่างๆ ให้สามารถ เป็นกลไกหลักที่เข้มแข็งในการร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาและบ่มเพาะศักยภาพผู้ประกอบการในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์

ข้อ ๕.๓ พัฒนาภาคเกษตร

ข้อ ๕.๓.๔ ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกร โดยใช้ประโยชน์จากฐานความหลากหลายทางชีวภาพ การลด ละ เลิกใช้ยาปราบศัตรูพืชโดยเร็ว โดยต้องจัดหาสารทดแทนที่มีประสิทธิภาพ เพียงพอและเป็นที่ยอมรับของเกษตรกร การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มและโอกาสทางเศรษฐกิจ อาทิ เกษตรอินทรีย์ เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ และเกษตรแปรรูป เพื่อต่อยอดไปสู่เกษตรอุตสาหกรรม ส่งเสริมการวิจัยพัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยีในการพัฒนาสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้คุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัย

ข้อ ๕.๔ พัฒนาภาคการท่องเที่ยว

ข้อ ๕.๔.๓ พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจสปาและแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์ยาและสมุนไพรไทย เพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้า และสร้างโอกาสการขยายฐานการผลิตและการตลาดในระดับภูมิภาค ตลอดจนส่งเสริมธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสู่ระดับสากล

ข้อ ๕.๕ พัฒนาการค้าการลงทุนเพื่อมุ่งสู่การเป็นชาติการค้า การบริการ และการลงทุนในภูมิภาค

ข้อ ๕.๕.๑ ส่งเสริมการค้าชายแดนและแก้ไขปัญหาสินค้าชายแดน เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐาน และพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนที่ได้พัฒนาไว้แล้ว และให้บริการการค้าเงินธุรกิจแก่นักลงทุนและผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมแบบเบ็ดเสร็จให้เข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน โดยระยะแรกจะมุ่งเน้นสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยแสวงหาโอกาสทางการค้า การลงทุน หรือขยายฐานการผลิตและการตลาดในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ในรูปแบบฐานการผลิตและตลาดร่วม เพื่อใช้ประโยชน์จากแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ตลอดจนความได้เปรียบของค่าจ้างแรงงาน

ข้อ ๕.๕.๓ ปรับปรุงระบบบริหารจัดการการนำเข้าส่งออกสินค้าบริเวณด้านชายแดนเร่งรัดการจัดรูปแบบการพัฒนาและบูรณาการการบริหารจัดการพื้นที่ด้านชายแดนสำคัญ เช่น ด้านศุลกากรด่านปลอดศุลกากร คลังสินค้า และพื้นที่ต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถสนับสนุนการค้า การลงทุน และการอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยลดการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่รัฐให้น้อยที่สุด รวมทั้งสนับสนุนผู้ประกอบการในพื้นที่ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากกิจกรรมนำเข้าส่งออกสินค้าบริเวณด้านชายแดน

ข้อ ๕.๗ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและการมุ่งสู่การเป็นประเทศอัจฉริยะ

ข้อ ๕.๗.๒ พัฒนาการอำนวยความสะดวกเพื่อสนับสนุนธุรกิจการค้า การนำเข้าส่งออก และโลจิสติกส์ในรูปแบบดิจิทัล โดยพัฒนาการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมโยงการค้า การชำระเงิน และการขนส่งสู่ระบบออนไลน์และให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากการแบ่งปันทรัพยากรหรือพื้นที่ในการขนส่งสินค้า พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีนวัตกรรมเข้ามาใช้ในการดำเนินงาน อาทิ ระบบโครงข่ายในการเก็บข้อมูลธุรกรรมออนไลน์ ระบบปัญญาประดิษฐ์ ระบบอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things: IoT) และระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ตลอดจนเร่งรัดการพัฒนาาระบบเชื่อมโยงระบบเครือข่ายข้อมูลในกระบวนการนำเข้าส่งออกและโลจิสติกส์ในลักษณะเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียวให้สมบูรณ์ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

ข้อ ๕.๘ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม

ข้อ ๕.๘.๒ สร้างระบบจัดการข้อมูลเพื่อรองรับการบริหารจัดการงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการบูรณาการและเชื่อมโยงระบบงานวิจัยของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในการส่งเสริมการค้างานด้านกาวิจัยที่ต่อยอด ไปสู่การสร้างนวัตกรรมของประเทศ รวมทั้งการปรับปรุงกฎระเบียบให้เอื้อต่อการต่อยอดงานวิจัยสู่การเพิ่มมูลค่าในเชิงพาณิชย์

ข้อ ๕.๙ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่

ข้อ ๕.๙.๒ เร่งรัดพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งในภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้โดยการพัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการให้สามารถใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินธุรกิจ สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และตลาด รวมทั้งสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้น โดยพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในด้านสิทธิประโยชน์ แหล่งเงินทุน แรงงานคุณภาพ กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันและขยายตลาดสู่ต่างประเทศได้ และเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจใหม่ของประเทศไทยในระยะต่อไป

ข้อ ๕.๙.๔ ดึงดูดบุคลากรที่มีทักษะสูงเข้ามาช่วยบ่มเพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ของไทย โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมขั้นสูง และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ของไทยสามารถทำงานร่วมกับนักวิจัยในมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัยและพัฒนา ปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูง

ข้อ ๖ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

ข้อ ๖.๑ ส่งเสริมพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษเพื่อเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของเอเชีย

ข้อ ๖.๑.๑ พัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกอย่างต่อเนื่อง โดยพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัยให้เป็นไปตามเป้าหมาย พัฒนาพื้นที่โดยรอบให้เป็นเมืองมหานครการบิน ศูนย์กลางทางการแพทย์ของเอเชีย และเมืองอัจฉริยะที่มีความน่าอยู่ และทันสมัยระดับนานาชาติ ยกกระดับภาคการเกษตรให้เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม คมนาคม ดิจิทัล วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และเร่งพัฒนาบุคลากรรวมทั้งทบทวนกฎระเบียบ เพื่อรองรับและส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม

๖.๑.๔ เร่งขับเคลื่อนการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนและยกระดับการพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้เทคโนโลยีสูงขึ้น สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทบทวนการให้สิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนให้เหมาะสมกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามศักยภาพพื้นที่ พัฒนาเมืองชายแดนให้มีความน่าอยู่ รวมทั้งใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการดูแลด้านความมั่นคงและรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ และส่งเสริมให้ภาคประชาชนและภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน

ข้อ ๗ การพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก

ข้อ ๗.๑ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน

ข้อ ๗.๑.๑ สร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจชุมชนผ่านอัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ของไทย ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และสหกรณ์ในชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์และต่อยอดจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทรัพยากรในพื้นที่ รวมทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนที่มีอัตลักษณ์และมีมาตรฐานการผลิตตามหลักสากล ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึง นำไปสู่การสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนและมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัดมากขึ้น

ข้อ ๗.๑.๒ สนับสนุนความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนผ่านเทคโนโลยี โดยพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถทั้งในการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรมทั้งในเชิงกระบวนการผลิต การนำเสนอสินค้าหรือบริการ และการตลาดมีความสามารถในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจได้มากขึ้น โดยเฉพาะการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริมแนวคิดการทำธุรกิจภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) โดยเริ่มต้นจากการใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานและบริการของภาครัฐ เครื่องจักร และอุปกรณ์ร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาธุรกิจในรูปแบบใหม่

ข้อ ๗.๑.๕ สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน โดยพัฒนาและบูรณาการฐานข้อมูลที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย อาทิ องค์ความรู้ ผลการวิจัยและการตลาดและนวัตกรรม สร้างระบบจูงใจให้เกิดความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนในการเรียนรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยี รวมทั้งสนับสนุนการยกระดับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนทั้งในด้านการกำหนดมาตรฐาน การตรวจสอบและรับรองให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ข้อ ๗.๒ สร้างความเข้มแข็งของชุมชน

ข้อ ๗.๒.๒ ยกกระดับคุณภาพตลาดชุมชน สถาบันการเงินของชุมชน สวัสดิการชุมชน สาธารณสุขชุมชน ป่าชุมชน ไม้มีค่า ท่องเที่ยวชุมชน และส่งเสริมการขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทั้งด้านการผลิต แหล่งเงินทุน โลจิสติกส์ ข้อมูล การแลกเปลี่ยนความรู้และความเชี่ยวชาญเพื่อต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าธุรกิจ พัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถเชื่อมโยงเข้าเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิตของภาค รวมถึงกำกับดูแลมาตรฐานสินค้าให้ได้มาตรฐานสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมความเข้มแข็งให้ชุมชนจัดสวัสดิการที่จำเป็นภายในชุมชน

ข้อ ๗.๒.๔ สร้างพลังในชุมชน โดยส่งเสริมให้เกิดการสร้างพลังทางสังคมภาคี เครือข่าย การรวมตัวของภาคส่วนต่างๆ ในชุมชนมาเป็นกำลังในการพัฒนาเพื่อส่วนรวม โดยให้ความสำคัญกับการสร้างพลังจิตอาสา สร้างพลังแผ่นดินเพื่อพัฒนาศักยภาพและสร้างเอกภาพแก่กลุ่มอาสาสมัครรูปแบบต่างๆ การสร้างพลังสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางสังคมของคนทุกวัยผ่านการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ และการสร้างพลังภูมิคุ้มกัน เพื่อการใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ และประชาชนมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังและเตือนภัย

ข้อ ๗.๒.๕ สร้างเครือข่ายชุมชนที่เข้มแข็ง เน้นส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วนเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจกำหนดนโยบายและมาตรการของภาครัฐ โดยเริ่มจากการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถนำเสนอแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสวัสดิการในระดับชุมชน เพื่อเป็นรากฐานของการพัฒนาระบบประชาธิปไตยในบริบทสังคมไทย

ข้อ ๘ การปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ และการพัฒนาศักยภาพของคนไทยทุกช่วงวัย

ข้อ ๘.๕ วิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่ตอบโจทย์การพัฒนาประเทศ

ข้อ ๘.๕.๑ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อขจัดความเหลื่อมล้ำ และความยากจน ยกกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมเชิงสังคมและนวัตกรรมในเชิงพื้นที่ที่สามารถช่วยแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำ สร้างโอกาสสำหรับผู้ด้อยโอกาส และยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงวัยควบคู่ไปกับการพัฒนาทุนมนุษย์ให้พร้อมสำหรับโลกยุคดิจิทัลและอุตสาหกรรม ๔.๐ ตามความเหมาะสม ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยระยะแรกจะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาด้านสุขภาพของประชาชน อย่างครบวงจร ทั้งระบบยา วัคซีน เวชภัณฑ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ข้อ ๘.๕.๓ สร้างเครือข่ายการทำงานวิจัยระหว่างภาคส่วนต่างๆ ปฏิรูปและบูรณาการระบบการเรียนการสอนกับระบบงานวิจัยและพัฒนา ให้เอื้อต่อการเพิ่มศักยภาพด้านนวัตกรรมของประเทศ เพื่อสนับสนุนการสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจไทยทุกระดับในเวทีการค้าโลก ส่งเสริมกระบวนการทำงานของภาครัฐและภาคเอกชนในการวิจัยและพัฒนา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมให้เป็นระบบเปิด และมีการบูรณาการการทำงานกันอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเชื่อมโยงระบบการศึกษากับภาคปฏิบัติจริงในภาคธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างนักวิจัยมืออาชีพและนวัตกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับงานวิจัยสู่การเพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศ

ข้อ ๙ การพัฒนาระบบสาธารณสุขและหลักประกันทางสังคม

ข้อ ๙.๑ พัฒนาระบบบริการสาธารณสุข แพทย์สมัยใหม่ และแพทย์แผนไทย ให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และมีคุณภาพทัดเทียมกันทั่วทุกพื้นที่ รวมถึงการยกระดับไปสู่ความเชี่ยวชาญในด้านการแพทย์แม่นยำ และยกระดับระบบหลักประกันสุขภาพให้ครอบคลุมแรงงานนอกระบบ โดยอยู่บนพื้นฐานหลักประสิทธิภาพและความยั่งยืนทางการคลังของประเทศ ส่งเสริมให้มีมาตรการสร้างเสริมสุขภาวะและอนามัยให้คนไทยทุกช่วงวัยมีสุขภาพแข็งแรงและลดอัตราการเจ็บป่วยโรคเรื้อรัง พร้อมทั้งจัดให้มีสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เอื้อต่อสุขภาพของประชาชนอย่างเหมาะสมและพอเพียง

ข้อ ๙.๒ ส่งเสริมการป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพ โดยการพัฒนาองค์ความรู้ด้านสุขภาวะที่ถูกต้องของคนทุกกลุ่มวัย ส่งเสริมการเล่นกีฬาและออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะสร้างระบบรับมือต่อโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติซ้ำ ทั้งระบบติดตาม เฝ้าระวังและการจัดการภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขอย่างครบวงจรและบูรณาการ จัดระบบการแพทย์ปฐมภูมิที่มีแพทย์เวชศาสตร์ครอบครัวดูแลอย่างทั่วถึง และส่งเสริมให้ชุมชนเป็นฐานในการสร้างสุขภาวะที่ดีในทุกพื้นที่

ข้อ ๑๑ การปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ

ข้อ ๑๑.๑ พัฒนาโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่ โดยพัฒนาให้ภาครัฐมีขนาดที่เหมาะสม มีการจัดรูปแบบองค์กรใหม่ที่มีความยืดหยุ่นคล่องตัว และเหมาะสมกับบริบทของประเทศรวมทั้งจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ของรัฐให้สอดคล้องกับโครงสร้างหน่วยงานและภารกิจงานที่เปลี่ยนแปลงไปพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่รัฐให้สามารถรองรับบริบทการเปลี่ยนแปลงและตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างทันที่ พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนระบบบริหารราชการแผ่นดินให้เกิดความเชื่อมโยงสอดคล้องกันตั้งแต่ชั้นวางแผน การนำไปปฏิบัติ การติดตามประเมินผล การปรับปรุงการทำงานให้มีมาตรฐานสูงขึ้นและปรับปรุงโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างราชการบริหารส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น

ข้อ ๑๑.๒ ปรับเปลี่ยนกระบวนการอนุมัติ อนุญาตของทางราชการที่มีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจและดำเนินชีวิตของประชาชนให้เป็นระบบดิจิทัล และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลต่อเนืองกัน ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ พร้อมทั้งพัฒนาโปรแกรมออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการของภาครัฐได้อย่างทันทีและทุกเวลา

ข้อ ๑๑.๓ พัฒนาระบบข้อมูลขนาดใหญ่ในการบริหารราชการแผ่นดินที่มีระบบการวิเคราะห์และแบ่งปันข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ข้อมูลขนาดใหญ่ในระบบบริการประชาชนที่เป็นไปตามความต้องการเฉพาะตัวบุคคลมากขึ้น

ข้อ ๑๑.๔ เปิดเผยข้อมูลภาครัฐสู่สาธารณะ โดยหน่วยงานของรัฐในทุกระดับต้องเปิดเผยและเชื่อมโยงข้อมูลซึ่งกันและกัน ทั้งในระหว่างหน่วยงานของรัฐด้วยกันเอง และระหว่างหน่วยงานรัฐกับประชาชน เพื่อให้ทุกภาคส่วนมีความเข้าใจถึงสถานการณ์ และแนวทางการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของประเทศที่มีความซับซ้อน ปรับเปลี่ยนให้เป็นการทำงานเชิงรุก เน้นการยกระดับไปสู่ความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนอย่างจริงจัง แสวงหาความคิดริเริ่ม และสร้างนวัตกรรม โดยมีการคาดการณ์สถานการณ์ วิเคราะห์ความเสี่ยงและผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นไว้ล่วงหน้า เพื่อให้สามารถเตรียมความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันในด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อ ๑๑.๕ ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการภาครัฐ โดยสร้างความเชื่อมั่นศรัทธาและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาข้าราชการ บุคลากร และเจ้าหน้าที่ของรัฐ อย่างจริงจัง โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนกระบวนการทางความคิดให้คำนึงถึงผลประโยชน์ของชาติ และเน้นประชาชน เป็นศูนย์กลาง พร้อมกับยึดมั่นในหลักจริยธรรม และธรรมาภิบาล มีสมรรถนะ และรู้ความสามารถพร้อมต่อการปฏิบัติงาน ดำเนินการปรับปรุงสวัสดิภาพชีวิต ความเป็นอยู่ ตลอดจนสร้างขวัญกำลังใจและความผูกพันในการทำงาน

ข้อ ๑๑.๖ พัฒนากลไกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริการสาธารณะ และการตรวจสอบภาครัฐ โดยการสร้างความเข้าใจถึงหลักการบริหารราชการขั้นพื้นฐาน และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งแก้ไขปัญหาอุปสรรคและลดข้อจำกัดของกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ชุมชน วิชาชีพ เพื่อสังคม องค์กรภาคประชาสังคม และเอกชน สามารถเข้ามาดำเนินกิจกรรมสาธารณประโยชน์ และมีบทบาทในการพัฒนาบริการสาธารณะในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการปฏิบัติงานของหน่วยงาน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐในทุกๆ ด้าน

ข้อ ๑๑.๗ ปรับปรุงระเบียบ กฎหมาย เพื่อเอื้อต่อการทำธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวัน

ข้อ ๑๑.๗.๑ ปรับปรุงขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ การอำนวยความสะดวกด้านต้นทุนค่าใช้จ่าย กฎหมาย กฎ และระเบียบต่างๆ ของภาครัฐ ให้สามารถสนับสนุนและเอื้อต่อการประกอบธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศและเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงบริบทต่างๆ โดยครอบคลุมกระบวนการ ตั้งแต่จัดตั้งธุรกิจจนถึงการปิดกิจการ พร้อมทั้งกำกับและส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐปฏิบัติตามและบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด ยุติธรรม เสมอภาค เท่าเทียม ถูกต้องตามหลักนิติธรรม และเป็นไปตามปฏิญญาสากล ตลอดจนเร่งรัดการพัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐให้มีความเชื่อมโยงกันอย่างไร้รอยต่อ เพื่อให้ประชาชนสามารถติดต่อราชการได้โดยสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส และตรวจสอบได้

ข้อ ๑๑.๗.๒ ส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐจัดให้มีสนามทดลองแนวคิดทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ หรือนวัตกรรมใหม่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงาน เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ หรือนวัตกรรมใหม่ๆ และการพัฒนาปรับปรุงกฎระเบียบให้ทันสมัยต่อไป

ข้อ ๑๑.๘ กระจายอำนาจ ความรับผิดชอบ และเพิ่มบทบาทการปกครองขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และส่งเสริมบทบาทของเอกชนและชุมชนในการให้บริการสาธารณะ โดยเร่งพัฒนาองค์กรและบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีศักยภาพ และมีความรับผิดชอบมากขึ้นทั้งในการบริหารและการใช้จ่ายงบประมาณ เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการตนเองตามหลักธรรมาภิบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมบทบาทของเอกชนและชุมชนท้องถิ่นและภาคอื่นๆ ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ รวมถึงการจัดให้มีบริการสาธารณะต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชน เพื่อนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานการให้บริการของรัฐให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากลและสนับสนุนการพัฒนายุทธศาสตร์เชิงพื้นที่

ข้อ ๑๒ การป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ และกระบวนการยุติธรรม

ข้อ ๑๒.๑ แก้ไขปัญหาทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยจัดให้มีมาตรการและระบบเทคโนโลยีนวัตกรรมที่ช่วยป้องกันและลดการทุจริตประพฤติมิชอบอย่างจริงจังและเข้มงวด รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการติดตามการแก้ไขปัญหาทุจริตและประพฤติมิชอบอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งเร่งสร้างจิตสำนึกของคนในสังคมให้ยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต ถูกต้อง ชอบธรรม และสนับสนุนทุกภาคส่วนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันและเฝ้าระวังการทุจริตประพฤติมิชอบ

๑.๒.๒ นโยบายเร่งด่วน ๑๒ เรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีดังนี้

ข้อ ๔) การให้ความช่วยเหลือเกษตรกรและพัฒนานวัตกรรม โดยจัดพื้นที่การเกษตรให้สอดคล้องกับระบบบริหารจัดการน้ำและคุณภาพของดินตาม Agri-Map กำหนดเป้าหมายรายได้เกษตรกรให้สามารถมีรายได้จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพในสินค้าเกษตรสำคัญ อาทิ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ปาล์ม อ้อย และข้าวโพด ด้วยการชดเชย การประกันรายได้ ส่งเสริมระบบประกันภัยสินค้าเกษตรหรือเครื่องมือทางการเงินสมัยใหม่ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางวินัยการเงินการคลังของภาครัฐในระยะยาว ส่งเสริมเกษตรพันธสัญญา และศึกษารูปแบบระบบแบ่งปันผลกำไรสินค้าเกษตรที่เป็นธรรมให้แก่เกษตรกร แก้ไขปัญหาข้าวครบวงจร ส่งเสริมการใช้ยางพาราในภาคอุตสาหกรรมและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ส่งเสริมการใช้ผลผลิตทางการเกษตรในอุตสาหกรรมพลังงาน สร้างนวัตกรรมและเครื่องมือทางการเกษตรในราคาที่เข้าถึงได้เพื่อลดต้นทุนการผลิต ควบคุมมาตรฐานการใช้สารเคมีหรือปุ๋ยเคมีในการเกษตรเพื่อนำไปสู่การลด ละ เลิกการใช้สารเคมีหรือปุ๋ยเคมี โดยจัดหาสิ่งทดแทนที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของเกษตรกร ต่อยอดภูมิปัญญาและความรู้ของปราชญ์ชาวบ้านในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป รวมทั้งเร่งศึกษาวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการใช้กัญชา กัญชง และพืชสมุนไพรในทางการแพทย์ อุตสาหกรรมทางการแพทย์ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและการสร้างรายได้ของประชาชน โดยกำหนดกลไกการดำเนินงานที่รัดกุม เพื่อมิให้เกิดผลกระทบทางสังคมตามที่กฎหมายบัญญัติไว้อย่างเคร่งครัด

ข้อ ๖) การวางรากฐานระบบเศรษฐกิจของประเทศสู่อนาคต โดยต่อยอดอุตสาหกรรมเป้าหมาย และวางรากฐานการพัฒนาภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว ดึงดูดการลงทุนของภาคเอกชนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เขตเศรษฐกิจพิเศษ เมืองอัจฉริยะ และการลงทุน ในโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย รวมทั้งวางรากฐานการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารไร้สายในระบบ ๕G ควบคู่ไปกับ การพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และชุมชน ในการเข้าถึงตลาดในประเทศและตลาดโลกผ่านแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ ในการให้บริการสาธารณสุขและการศึกษาทางไกล การสร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะทั้งในส่วนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม เกษตรกร รวมถึงผู้ประกอบการยุคใหม่ พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเป็นฐานในการขับเคลื่อนประเทศด้วยปัญญาประดิษฐ์ในอนาคต

ข้อ ๗) การเตรียมคนไทยสู่ศตวรรษที่ ๒๑ โดยสร้างแพลตฟอร์มการเรียนรู้ใหม่ในระบบดิจิทัล ปรับปรุง รูปแบบการเรียนรู้สู่ระบบการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีด้านวิศวกรรม คณิตศาสตร์ โปรแกรมเมอร์ และภาษาต่างประเทศ ส่งเสริมการเรียนภาษาคอมพิวเตอร์ (Coding) ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา การพัฒนาโรงเรียนคุณภาพในทุกตำบล ส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรออนไลน์ของสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อแบ่งปันองค์ความรู้ของสถาบันการศึกษาสู่สาธารณะเชื่อมโยงระบบการศึกษากับภาคปฏิบัติจริงในภาคธุรกิจ สร้างนักวิจัยใหม่และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศ สร้างความรู้ความเข้าใจการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สื่อออนไลน์ และโครงข่ายสังคมออนไลน์ของคนไทย เพื่อป้องกันและลดผลกระทบในเชิงสังคม ความปลอดภัย อาชญากรรมทางไซเบอร์ และสามารถใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง การสร้างความสามัคคีและความสามัคคีในสังคม รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมที่จำเป็นในการดำเนินชีวิต

ข้อ ๘) การแก้ไขปัญหายาเสพติดและสร้างความสงบสุขในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ โดยเร่งรัดการแก้ไข ปัญหายาเสพติดโดยให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนและการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด รวมถึงการร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศทุกภูมิภาคปราบปรามแหล่งผลิตและเครือข่ายผู้ค้ายาเสพติด ทั้งบริเวณชายแดนและพื้นที่ภายใน พื้นที่พหุแลรักษาผู้เสพผ่านกระบวนการทางสาธารณสุข สร้างโอกาส สร้างอาชีพ รายได้ และการยอมรับของสังคมสำหรับผู้ผ่านการฟื้นฟู และเร่งสร้างความสงบสุขในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้โดยน้อมนำยุทธศาสตร์พระราชทาน “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” เป็นหลักในการดำเนินการ ยกกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน ทั้งในด้านการศึกษา เศรษฐกิจ และสังคมที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่ เร่งรัด การให้ความช่วยเหลือเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากความไม่สงบ รวมทั้งจัดสวัสดิการที่เหมาะสมสำหรับเจ้าหน้าที่ของรัฐในพื้นที่ โดยให้เป็นการแก้ไขปัญหาภายในของประเทศด้วยกฎหมายไทยและหลักการสากล

ข้อ ๙) การพัฒนาระบบการให้บริการประชาชน โดยมุ่งสู่ความเป็นรัฐบาลดิจิทัลโปร่งใส ตรวจสอบได้ พัฒนาระบบจัดเก็บและเปิดเผยข้อมูลของภาครัฐ ปรับปรุงระบบการอนุมัติและอนุญาตของทางราชการ ที่สำคัญให้ประชาชนเป็นระบบดิจิทัลทั้งบุคคลและนิติบุคคล เพื่อลดการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่รัฐ ลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน ลดขั้นตอนที่ยุ่งยากเกินความจำเป็น ลดข้อจำกัดด้านกฎหมายที่เป็นปัญหาอุปสรรคต่อการทำธุรกิจ และการดำรงชีวิตของประชาชน แก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ล้าสมัย และเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ ผ่านการทดลองใช้มาตรการด้านกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และขับเคลื่อน การให้บริการในทิศทางที่ตรงกับความต้องการของประชาชนและภาคธุรกิจ

๑.๓ นโยบายของกระทรวงสาธารณสุข^๓

๑.๓.๑ นโยบายรัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุข

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข (นายอนุทิน ชาญวีรกูล) ได้มอบนโยบายกระทรวงสาธารณสุข ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๔ ดังนี้

๑) ใช้มาตรการสาธารณสุข ขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจ นำพาประเทศกลับสู่ภาวะปกติ ประชาชนกลับมาใช้ชีวิตได้ใกล้เคียงกับภาวะปกติยิ่งขึ้น

๒) พัฒนาศักยภาพสถานพยาบาลของรัฐให้สาธารณสุขไทย เป็นเรื่องง่าย สะดวก เข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว

๓) พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพการแพทย์ปฐมภูมิด้วย ๓ หมอ

๓.๑) อสม. หมอประจำบ้าน

๓.๒) หมออนามัย

๓.๓) หมอครอบครัว

๔) พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพ รพ.สต. เป็นศูนย์การสาธารณสุขประจำตำบล “ชุมชนสุขภาพดี ฟังตนเองได้”

๕) พัฒนาและบูรณาการสำหรับผู้สูงอายุดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี

๖) พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพงานบริการต่อยอด ๓๐ บาท รักษาทุกที่ ไม่ต้องมีใบส่งตัว

๖.๑) ลดความยุ่งยาก

๖.๒) ลดรายจ่ายของประชาชน

๗) พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพการรักษามะเร็ง รักษาทุกที่ ทั้ง ผ่าตัด เคมีบำบัด รังสีรักษา ที่รวดเร็ว ครอบคลุม ทุกพื้นที่

๘) พัฒนาพืชสมุนไพร กัญชา กัญชง กระท่อม และภูมิปัญญาไทย

๘.๑) สร้างงาน

๘.๒) สร้างอาชีพ

๘.๓) สร้างรายได้

๙) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นศูนย์กลางข้อมูลกลางสุขภาพประชาชน

๙.๑) รูปแบบใหม่

๙.๒) ทันสมัย

๙.๓) มีมาตรฐาน

^๓ <https://www.moph.go.th/document/policy๒๕๖๕.pdf>

๑.๓.๒ นโยบายปลัดกระทรวงสาธารณสุข (นายแพทย์เกียรติภูมิ วงศ์รจิต) ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๔

๑) ระบบสุขภาพปฐมภูมิเข้มแข็ง

- ๑.๑) จัดตั้งหน่วยบริการปฐมภูมิและเครือข่ายหน่วยบริการปฐมภูมิ ๓,๐๐๐ ทีม เต็มพื้นที่ จังหวัดละ ๑ อำเภอ
- ๑.๒) ประชาชนคนไทย มีหมอประจำตัว ๓ คน ๓๐ ล้านคน
- ๑.๓) รพ.สต. ผ่านเกณฑ์คุณภาพ รพ.สต. ดีดดาว ระดับ ๕ ดาว ร้อยละ ๗๕

๒) เศรษฐกิจสุขภาพ

- ๒.๑) สถานพยาบาลกลุ่มเป้าหมายมีศักยภาพในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐

๓) สมุนไพร กัญชา กัญชง

- ๓.๑) จำนวนมูลค่าการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ ๕
- ๓.๒) มูลค่าการใช้ยาสมุนไพรในสถานบริการสาธารณสุข เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓

๔) สุขภาพดีวิถีใหม่

- ๔.๑) ประชาชนมีพฤติกรรมป้องกันโรคพึงประสงค์ ร้อยละ ๘๐
- ๔.๒) คนมีความรอบรู้สุขภาพ ๑๐ ล้านคน
- ๔.๓) กิจการ/ กิจกรรม/ สถานประกอบการปฏิบัติตามมาตรการ ร้อยละ ๙๐

๕) COVID-19

- ๕.๑) จังหวัดสามารถควบคุมสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ให้สงบได้ภายใน ๒๑-๒๘ วัน
- ๕.๒) ประชากรที่อยู่ในราชอาณาจักรไทยได้รับวัคซีนป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ร้อยละ ๗๐
- ๕.๓) อัตราป่วยตายของผู้ป่วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของทั้งประเทศต่ำกว่า ร้อยละ ๑.๕๕

๖) ระบบบริการก้าวหน้า

- ๖.๑) ให้ผู้ป่วยมะเร็งรักษาได้ทุกที่ (Cancer Anywhere)
ผู้ป่วยโรคมะเร็งสามารถเข้าถึงบริการผ่าตัด เคมีบำบัด รังสีรักษา ภายใน ๔, ๖ และ ๖ สัปดาห์ เป็นร้อยละ ๗๕, ๗๕ และ ๖๐ ตามลำดับ
- ๖.๒) พัฒนาศักยภาพสถานพยาบาลในการรองรับผู้ป่วยโควิด และโรคติดเชื้อทางเดินหายใจ
โรงพยาบาลระดับ A, S, M๑, M๒ มีการพัฒนาศักยภาพรองรับผู้ป่วยติดโควิด และโรคติดเชื้อทางเดินหายใจ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๘๐
- ๖.๓) Innovative Healthcare Management : EMS (Environment, Modernization and Smart Service)
 - ๑) สถานบริการผ่านเกณฑ์การประเมินขั้นพื้นฐาน (the must) ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๕๐
 - ๒) สถานบริการต้นแบบในการพัฒนาตามนโยบาย EMS ที่ผ่านเกณฑ์การประเมินในระดับขั้นสูง (the best) อย่างน้อยเขตสุขภาพละ ๑ แห่ง

๗) ดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

- ๗.๑) บูรณาการดูแลผู้สูงอายุ ครอบคลุม BMTEC (Brain-Mental-Teeth-Eye-& Ear-Cardio)
 - ๑) ร้อยละ ๕๐ ของประชากรสูงอายุที่มีพฤติกรรมสุขภาพ ที่พึงประสงค์
 - ๒) ร้อยละ ๓๐ ของผู้สูงอายุที่ผ่านการคัดกรองและพบว่าเป็น Geriatric Syndromes ได้รับการดูแลรักษาในคลินิกผู้สูงอายุ

๗.๒) พัฒนาระบบการดูแลสุขภาพจิตเชิงรุก

คนไทยมีปัญหา อารมณ์ดี มีความสุข และมีความเข้มแข็งทางใจ ปลอดภัยจากผลกระทบด้านสุขภาพจิต

๘) ธรรมชาติ

๘.๑) ธรรมชาติ โปร่งใส

๑) หน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขผ่านเกณฑ์การประเมิน ITA ร้อยละ ๙๒

๒) หน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุขผ่านเกณฑ์การประเมิน ITA ร้อยละ ๙๒

๘.๒) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) เป็นศูนย์กลางข้อมูลทางด้านสุขภาพของประชาชน จังหวัดมีการใช้บริการศูนย์กลางข้อมูลทางด้านสุขภาพของประชาชน ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๖๐

๙) องค์กรแห่งความสุข

๙.๑) Talent Management

บุคลากรที่มีความพร้อมรองรับการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นได้รับการพัฒนา \geq ร้อยละ ๘๐

๙.๒) พัฒนาองค์กรแห่งความสุขที่มีคุณภาพ งานได้ผล คนเป็นสุข ปลอดภัย

หน่วยงานเป็นองค์กรแห่งความสุขที่มีคุณภาพ ระดับจังหวัด เขตสุขภาพ สป.ส่วนกลาง และกรม อย่างน้อย ระดับละ ๑ หน่วยงาน

๒. เศรษฐกิจ (Economic)^๔

๒.๑ แนวโน้มความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดทิศทางของประเทศ

แนวโน้มความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดทิศทางของประเทศ ประกอบด้วย (๑) การเติบโตของเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) และเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการยกระดับการบริการในธุรกิจภาคบริการ อาทิ การคมนาคมและโลจิสติกส์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และที่พักอาศัย รวมถึงการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย ประชากรในพื้นที่ห่างไกล และ การทำงานในรูปแบบใหม่ที่มีความยืดหยุ่นมากกว่าเดิม (๒) การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analysis) จะช่วยยกระดับผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เชิงลึกที่มีความซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้การดำเนินนโยบายสาธารณะ การทำการตลาดหรือการพัฒนานวัตกรรมเพื่อ ตอบสนองช่องว่างทางการตลาดเกิดการพลิกโฉม ทั้งนี้ การพัฒนาและใช้งานข้อมูลขนาดใหญ่จะประสบ ความสำเร็จได้จำเป็นต้องมีมาตรฐานการจัดเก็บ และเชื่อมโยงฐานข้อมูลผ่านเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ อาทิ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) และบล็อกเชน (Blockchain) ร่วมกับการมีบุคลากรที่มีทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือที่เหมาะสม เช่น เหมืองข้อมูล (Data Mining) และการเรียนรู้ของ เครื่องกล (Machine Learning) เป็นต้น และ (๓) การใช้ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และระบบหุ่นยนต์อัตโนมัติ (Automation & Robotics) ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการทดแทนแรงงาน ที่ไม่ต้องใช้ทักษะซับซ้อนในภาคการผลิต (อุตสาหกรรมยานยนต์ ปีโตรเคมี และอิเล็กทรอนิกส์) ภาคการเกษตร และภาคบริการ (กลุ่มร้านอาหารและร้านค้า) การเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบในวงกว้างของเทคโนโลยี (Technological Disruption) ที่กำลังเกิดขึ้น จะส่งผลให้ พลวัตการพัฒนาในอนาคตของโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผัน และอาจทำให้ผู้ที่ก้าวไม่ทันหรือไม่สามารถปรับตัวให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น จะต้องเป็นผู้รับแรงกดดันและเผชิญความเสี่ยง ต่อความอยู่รอด ทั้งในระดับปัจเจก องค์กร หรือแม้กระทั่งในระดับประเทศ อาทิ การปรับตัวขององค์กร

^๔ https://www.nesdc.go.th/download/Plan๑๓/Doc/กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ_ฉบับที่_๑๓.pdf

และแผนการดำเนินธุรกิจ การปรับตัวของแรงงานให้ได้มาซึ่งทักษะในการทำงานที่มีจุด แข็งอย่างแตกต่าง และสามารถส่งเสริมซึ่งกันและกันกับปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างกลมกลืน หรือการปรับตัวของ ภาครัฐในการ นำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ร่วมกับการออกแบบระบบ การกำกับดูแล และนโยบายที่เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและสอดคล้องกับสภาวะการณ์ ที่ปรับเปลี่ยนไปได้อย่างฉับไว เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการที่จะนำมาซึ่งผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการ เปลี่ยนแปลงได้ สูงสุดและเป็นไปอย่างทั่วถึง

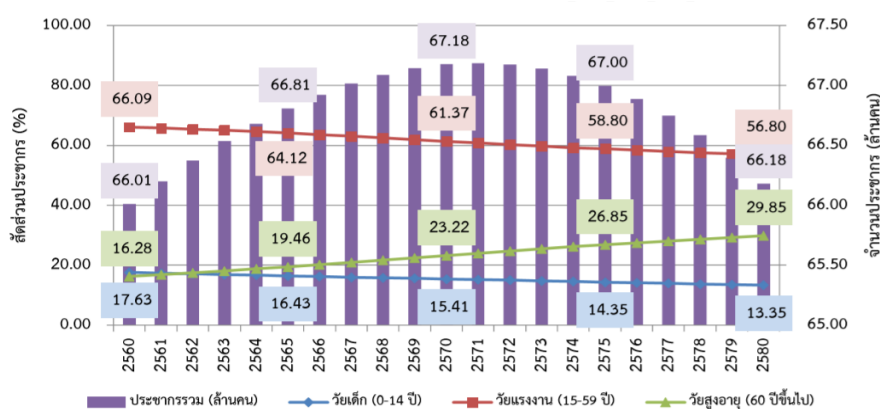
ในกรณีของประเทศไทย แม้ว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้งานจะช่วยยกระดับผลิตภาพ ทางเศรษฐกิจใน ภาพรวมให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นได้ในระยะเวลาที่สั้นลง แต่ความก้าวหน้าของ เทคโนโลยีดังกล่าวอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อตลาดแรงงาน โดยอาจนำไปสู่การขาดแคลน แรงงานทักษะ และเกิดความไม่สอดคล้องระหว่างทักษะของแรงงานกับทักษะที่ต้องใช้ในการทำงาน (Skill Mismatch) โดยเฉพาะทักษะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีระดับสูง ขณะที่แรงงานระดับล่างจะถูกขูดเซียดด้วยหุ่นยนต์และจักรกล มากขึ้น โดยคาดการณ์ว่าปัญญาประดิษฐ์และระบบหุ่นยนต์อัตโนมัติจะส่งผลให้อัตราการว่างงานของประเทศ ไทยเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๕ ภายในปี ๒๕๗๘ หากแรงงานส่วนใหญ่ไม่ได้รับการพัฒนา และสร้างทักษะ (Re/Up-Skill) ที่เหมาะสมอย่างเพียงพอ ในขณะที่เดียวกันการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลที่มีการ ใช้ฐานข้อมูลขนาดใหญ่และปัญญาประดิษฐ์ อาจนำมาซึ่งความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีระหว่างผู้มี ศักยภาพและผู้ขาดโอกาส (Digital Divide) ไม่ว่าจะเป็นด้านการเข้าถึงความรู้ แหล่งเงินทุน หรือสวัสดิการทางสังคม อันจะส่งผลต่อความเหลื่อมล้ำทางรายได้ของประชากร รวมถึง ความเหลื่อมล้ำ ของศักยภาพในการแข่งขัน ระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่กับ SMEs ซึ่งเป็นเหตุให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมทวี ความรุนแรงมากยิ่งขึ้น อีกทั้งความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ยังมีแนวโน้มแปรผันตามปริมาณการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น ของประชากร ซึ่งการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลแก่ประชาชนในวงกว้าง ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากรให้มีทักษะด้านความมั่นคง ปลอดภัยทางไซเบอร์เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นสิ่งที่ต้องเร่งให้ความสำคัญ นอกจากนี้ ความก้าวหน้าของการพัฒนาเทคโนโลยีทางกายภาพและชีวภาพ (Biotechnology) ที่เป็นอีกหนึ่งกระแสการเปลี่ยนแปลงหลักของโลก ยังเป็นโอกาสที่สำคัญหากได้มีการพัฒนา ต่อยอดเพื่อนำมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม โดยจะช่วยยกระดับผลิตภาพของภาคการเกษตรและ อุตสาหกรรม ให้ก้าวหน้าได้อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังสามารถช่วยลดผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศได้อย่าง มีนัยสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการตัดแปลงจีโนม (Genome Editing) การพัฒนาชีวนิเวศจุลชีพ (Microbiome) ชีววิทยาสังเคราะห์ (Synthetic Biology) และชีวภัณฑ์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีทางกายภาพอื่นๆ ที่มีศักยภาพในการประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของภาคการผลิต อาทิ แบตเตอรี่ วัสดุกราฟีน (Graphene) หรือคาร์บอนคอมโพสิต การผลิตแบบเพิ่มเนื้อวัสดุ หรือนาโนเทคโนโลยี

๓. สังคม (Sociocultural)

๓.๑ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร^{๔, ๕}

ประเทศไทยคาดว่าจะกลายเป็น ๑ ใน ๑๐ ประเทศที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นมากที่สุดในโลก โดยประชากรผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ ๑๗.๒ ภายในปี ๒๕๙๓ ทั้งนี้ ไทยได้เข้าสู่สังคมสูงวัยมาตั้งแต่ปี ๒๕๔๘ (มีประชากรอายุ ๖๐ ปีขึ้นไป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๑๐ ของประชากรทั้งหมด) และคาดการณ์ว่าจะกลายเป็น “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” (Complete-aged Society) ภายในปี ๒๕๖๖ เนื่องจากมีประชากรสูงวัยประมาณร้อยละ ๒๐.๑ ซึ่งจะส่งผลให้ไทยกลายเป็นประเทศสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์แห่งแรกๆ ในภูมิภาค ต่อจากญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ ในขณะที่ไทยยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายการเป็นประเทศ รายได้สูงดังเช่นประเทศดังกล่าว อีกทั้งประเทศไทยกำลังมุ่งหน้าเข้าสู่ “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” (Superaged Society) ภายในปี ๒๕๗๗ เมื่อมีสัดส่วนของประชากรสูงวัย สูงถึงร้อยละ ๒๘.๑ ของประชากรทั้งหมด

ในกรณีของประเทศไทย ซึ่งมีโครงสร้างประชากรเป็นสังคมสูงวัย จะทำให้จำนวนวัยแรงงานลดลง หากไม่มีการปรับใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม รวมถึงจะทำให้อัตราส่วนพึ่งพิงของผู้สูงอายุต่อวัยแรงงาน และภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากผู้สูงอายุมีโอกาสเจ็บป่วยด้วย โรคเรื้อรัง และมีภาวะทุพพลภาพเพิ่มขึ้นตามวัย ส่งผลให้ภาครัฐจำเป็นต้องพิจารณาการพัฒนาคนทุกช่วงวัยให้เต็มตามศักยภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงวัยที่ยังมีสุขภาพดี เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองและช่วยเหลือสังคมได้อย่างสมศักดิ์ศรี และสามารถปรับใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ กำลังแรงงานที่ลดลงยังอาจส่งผลให้เกิดการพึ่งพาแรงงานข้ามชาติมากขึ้น จนนำไปสู่การขยายตัวของการเคลื่อนย้ายแรงงานทั้งภายในและระหว่างประเทศ ซึ่งจะทำให้รูปแบบของสังคมไทยปรับเปลี่ยนไปสู่การเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมในที่สุด อย่างไรก็ตาม ภาครัฐควรพิจารณาว่าอาจนำมาซึ่งโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ๆ จากความต้องการ สินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ ซึ่งจะส่งผลให้ภาคการผลิตส่วนหนึ่งมีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้น อาทิ ธุรกิจบริการสุขภาพ บริการทางการแพทย์ เครื่องมือแพทย์ และศูนย์พักพิงผู้สูงอายุ รวมทั้งยังเป็นช่องทางในการพัฒนานวัตกรรม สินค้า และผลิตภัณฑ์ที่บำรุงสุขภาพ อาทิ วิตามิน และอาหารเสริมสุขภาพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มสูงวัย อาทิ หุ่นยนต์สำหรับการดูแลและนวัตกรรมการใช้ภายในบ้านสำหรับผู้สูงอายุ



ภาพที่ ๑ โครงสร้างประชากรตามกลุ่มอายุ ระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๘๐

^๔ [http://dcy.go.th/webnew/ebook/interest/รายงานการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย_พ.ศ.๒๕๕๓-๒๕๘๓_\(ฉบับปรับปรุง\)/mobile/index.html](http://dcy.go.th/webnew/ebook/interest/รายงานการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย_พ.ศ.๒๕๕๓-๒๕๘๓_(ฉบับปรับปรุง)/mobile/index.html)

๓.๒ พฤติกรรมในการบริโภคของประชาชน^{๔, ๖}

พฤติกรรมการใช้ชีวิตในสังคมสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปสู่การบริโภคอาหารที่มีสารปรุงแต่ง และมีไขมันสูง ต้มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ และขาดการออกกำลังกาย ตลอดจนการเผชิญกับมลพิษที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ได้ก่อให้เกิดเป็นปัญหาสุขภาพทางกาย ในขณะที่ระดับความเครียดในการทำงานและการใช้ชีวิตที่เพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับความตื่นกลัวจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้สร้างความวิตกกังวลและนำมาสู่การเพิ่มขึ้น ของปัญหาสุขภาพจิต ทำให้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประชากรทั่วโลกมีอัตราการป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable Diseases: NCDs) อาทิ โรคหัวใจ มะเร็ง เบาหวาน และโรคซึมเศร้า เพิ่มสูงขึ้นอย่าง มีนัยสำคัญ โดยมีสถิติผู้เสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเป็นจำนวนถึง ๔๑ ล้านคนต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ ๗๑ ของการเสียชีวิตทั้งหมดทั่วโลก ซึ่งโรค NCDs เป็นโรคที่รักษายาก มีค่าใช้จ่ายในการรักษาสูง และหากไม่มีการจัดการที่เหมาะสมจะเกิดเป็นภาระต่อสถานะทางการเงินของผู้ป่วย และเป็นภาระทางการคลังของประเทศในระยะยาว อย่างไรก็ตามในอีกมิติหนึ่งพบว่ากระแสความตระหนักในการดูแลสุขภาพในเชิงป้องกัน (Preventive Care) มีแนวโน้มเด่นชัดขึ้นทั่วโลก ซึ่งเป็นผลให้ความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงอุปกรณ์และบริการ การดูแลสุขภาพเพิ่มสูงขึ้นในทิศทางเดียวกันในอนาคต อาทิ ยอดขายสินค้า Smartwatch ทั่วโลก ในครึ่งปีแรกของปี ๒๕๖๓ มีอัตราการเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ ๒๐ จากปี ๒๕๖๒ และอาจส่งผลให้อุปสงค์ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ความตื่นตัวในการป้องกันโรคติดต่อที่สืบเนื่องมาจาก การแพร่ระบาดของ COVID-19 ก็จะเป็นแรงกดดันให้ผู้ประกอบการด้านบริการสุขภาพและการท่องเที่ยวต้อง ยกกระดับมาตรฐานด้านความสะอาดและสุขอนามัยในการให้บริการ ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล

ส่วนพฤติกรรมการบริโภคอาหาร พบว่า การเลือกซื้ออาหารสำหรับวัยรุ่นและเยาวชนไทยยังเป็นไปตามความชอบ (ร้อยละ ๒๗.๗) ความอยากรับประทาน (ร้อยละ ๑๘.๘) และรสชาติ (ร้อยละ ๑๘.๘) เป็นหลัก มีเพียงร้อยละ ๘.๑ ที่คำนึงถึงคุณค่าทางอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านอื่นๆ ที่พบ อาทิ การรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดจากประเทศตะวันตกที่อาจมีรสชาติถูกปาก แต่ให้พลังงานและไขมันในสัดส่วนที่สูง ในปี ๒๕๖๐ ร้อยละ ๔๗.๘ ของวัยรุ่นและเยาวชนทั่วประเทศรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง ในขณะที่พฤติกรรมการกินผักผลไม้ในกลุ่มนี้ยังอยู่ในระดับที่ต่ำ โดยเฉพาะในช่วงอายุ ๑๐-๑๔ ปี ที่ไม่ถึง ๑ ใน ๔ ที่บริโภคผักผลไม้สดเป็นประจำทุกวัน โดยในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการเชื่อมต่อระหว่างร้านอาหารและผู้บริโภค แอปพลิเคชันสั่งซื้ออาหารมีหลายแพลตฟอร์มให้เลือกใช้ การสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันเริ่มเป็นที่แพร่หลายโดยเฉพาะในกรุงเทพและเมืองใหญ่ เพราะการสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันสร้างความสะดวกสบายให้ผู้บริโภค ทำให้การเข้าถึงร้านที่ต้องใช้เวลาเดินทางนาน รถติด ไม่มีที่จอด แดดร้อน หรือรอคิวนาน เป็นไปได้ง่ายตายยิ่งขึ้น และหากพิจารณาจากอัตราการเติบโตของตลาดแล้ว คงปฏิเสธไม่ได้ว่า แอปพลิเคชันเหล่านี้ได้รับความนิยม และย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการกินของวัยรุ่นและเยาวชนไทยต่อไปในอนาคต

^๖ <https://infocenter.nationalhealth.or.th/Ebook/ThaiHealth๒๕๖๓/book.html#p=๑๘>

๔. เทคโนโลยี (Technological)

๔.๑ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการรักษาพยาบาล^๔

เทคโนโลยีดิจิทัลที่ก้าวหน้าและความต้องการในการรักษาพยาบาลที่เพิ่มสูงขึ้น ได้กระตุ้นให้เกิดการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการให้บริการสาธารณสุข อาทิ การตรวจวินิจฉัยและเฝ้าระวังสุขภาพผ่านโทรศัพท์มือถือ แอปพลิเคชัน และอุปกรณ์ สำหรับสวมใส่ที่มีเซ็นเซอร์หรือเทคโนโลยีตรวจวัดสุขภาพ (Wearable Health Monitoring Devices) เช่น การวัดความดัน วัดระดับน้ำตาลในเลือด และคลื่นไฟฟ้าหัวใจ เป็นต้น ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้เกิดการสื่อสาร ผ่านระบบออนไลน์ระหว่างบุคลากรทางการแพทย์หรือระหว่างผู้ป่วยและแพทย์ที่แพร่หลายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีโอกาที่จะพัฒนาไปเป็นความปกติใหม่ (New Normal) ของการให้บริการด้านสุขภาพ ในขณะที่เดียวกัน การนำระบบจัดเก็บและบริหารจัดการข้อมูล ขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) มาใช้ร่วมกับ Machine Learning และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) ในการจัดการข้อมูลในเชิงชีวสารสนเทศ (Bioinformatics) จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสาธารณสุข และช่วยให้การติดตามข้อมูลทั้งเพื่อการบริหารจัดการคลังยา วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ และการควบคุมโรคระบาดมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ความก้าวหน้าของการวิจัยในด้านพันธุกรรม (Genetic) และจีโนมิกส์ (Genomics) ยังส่งผลให้เกิดการรักษาพยาบาลที่เฉพาะเจาะจง และสามารถพัฒนาหรือยกระดับ สูงบริการขั้นสูง ซึ่งเป็นโอกาสใหม่ทางธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมแพทย์ได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

ในกรณีของประเทศไทย แนวโน้มการเกิดโรค NCDs พบว่า ประชาชนไทยมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตเป็นไปตามกระแสนิยมและการเปลี่ยนแปลงของโลกในทิศทางเดียวกัน ยังผลให้ประเทศไทยมีผู้ป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเป็นจำนวนมาก และเป็นสาเหตุหลักของของการเสียชีวิตถึงร้อยละ ๗๕ ของการเสียชีวิต ทั้งหมดของประชากรในประเทศ หรือประมาณ ๓๒๐,๐๐๐ คนต่อปี ทั้งนี้ โรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่พบมากที่สุด คือ โรคหลอดเลือดสมอง รองลงมาคือ โรคหัวใจขาดเลือด โรคทางเดินหายใจอุดกั้น เบาหวาน และความดันโลหิตสูง อย่างไรก็ตามประเทศไทยจะมีโอกาสด้านการท่องเที่ยวทางการแพทย์และสุขภาพ เนื่องจากการเดินทางระหว่างประเทศมีความสะดวกรวดเร็ว ในขณะที่ค่าใช้จ่ายและระยะเวลารอคิวเข้ารับบริการทางการแพทย์ในประเทศพัฒนาแล้วเปรียบเทียบกับประเทศกำลังพัฒนามีความแตกต่างกันมาก รวมถึงไทยมีความได้เปรียบในเชิงภูมิศาสตร์ เนื่องจากเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีคุณภาพการรักษาอยู่ในระดับสูง แต่ค่ารักษาพยาบาลจัดได้ว่าอยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง ไทยจึงได้รับความสนใจจากผู้ต้องการรับบริการจากต่างประเทศจำนวนมาก โดยในปี ๒๕๖๑ ไทยมีมูลค่าการใช้จ่ายในภาคตลาดการท่องเที่ยวทางการแพทย์และสุขภาพเป็นอันดับที่ ๑๘ และ ๑๓ ของโลก ตามลำดับ จากสถานการณ์ทั้งหมด ส่งผลให้แนวโน้มความต้องการใช้บริการทางการแพทย์และการดูแลสุขภาพในไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งแม้จะสร้างโอกาสที่ดีให้กับประเทศ แต่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการให้บริการแก่ประชากรในประเทศได้ จึงควรต้องพิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นแก่ประชาชนไทย ทั้งในด้านอัตราค่าบริการที่อาจปรับตัวสูงขึ้น และการเข้าถึงบริการของประชาชน และอาจทำให้ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพระหว่างกลุ่มประชากรที่มีรายได้ต่างกันขยายตัวมากขึ้น ทั้งนี้ความก้าวหน้าทางการแพทย์ที่ทันสมัย รวมทั้งการเข้าถึงข้อมูลทางการแพทย์ที่แพร่หลาย จะเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของประเทศไทยในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการรักษาพยาบาลและการพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการทางการแพทย์และการดูแลสุขภาพตามแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น

๔.๒ การเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต้องปรับตัว และพัฒนาระบบสารสนเทศและข้อมูลให้ทันสมัยและทันสมัยการณ^๗

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต อุปกรณ์เคลื่อนที่อย่าง โทรศัพท์ Smart Phone และ tablet ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้คนมากยิ่งขึ้นนอกเหนือจากการเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารพื้นฐานแล้ว ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างความบันเทิง การรับข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ Mobile Application นับเป็นหัวใจหลักของมือถือ Smart Phone เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงการบริการและข้อมูลต่างๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีความพร้อมในการใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง สำนักงานฯ จึงได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร ผ่าน Mobile Application ซึ่งสามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา (Anytime Anywhere) สำหรับเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมทั้งสามารถสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงาน และการค้นหาตำแหน่งพิกัดร้านขายยาได้ทั่วประเทศ นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังสามารถร้องเรียนเมื่อพบปัญหาการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้ โดยมีข้อเสนอแนะทางพัฒนาหรือแก้ไข ดังนี้

๑) จัดทำ Roadmap การพัฒนาระบบสารสนเทศ และสถาปัตยกรรมองค์กร (EA) ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกหน่วยงานภายใน ออย.

๒) บูรณาการและพัฒนาระบบข้อมูลที่เหมาะสมและตอบสนองต่อการใช้งาน โดยพัฒนาให้มีโครงสร้างและมาตรฐานของข้อมูล ของ ออย. เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งสามารถรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๓) พัฒนาระบบสารสนเทศมีความครอบคลุม ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความทันสมัย ความเชื่อมโยง ความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการตรวจสอบ การมีส่วนร่วมในกระบวนการข้อมูล ความปลอดภัย และการรักษาความลับ เช่น เทคโนโลยี Blockchain ที่สามารถนำประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทำหน้าที่บันทึกบัญชีและการทำธุรกรรมที่เกิดขึ้น ทำให้ข้อมูลธุรกรรมดิจิทัลสามารถแชร์ไปยังทุกคนได้ และกลุ่มของข้อมูลนี้สามารถส่งต่อกันไปยังทุกคนที่เกี่ยวข้องได้ เสมือนเป็นห่วงโซ่ (Chain) โดยจะทราบว่าใครเป็นเจ้าของและมีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูล

๔) มีการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด กรมศุลกากร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค

๕) พัฒนาระบบข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์ในการสื่อสารและการจัดการ เช่น ระบบข้อมูลเพื่อการจัดการ (MIS) ระบบข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบายยุทธศาสตร์ (Decision Support System) และพัฒนาช่องทางการสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๖) จัดทำและพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่าย รวมทั้งเชื่อมโยงเครือข่ายให้ครอบคลุมอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง

๗) พัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงาน และส่งเสริมให้เกิดการใช้ ICT ในการปฏิบัติงาน

๘) พัฒนาระบบการออกใบอนุญาตทั้งหมดของ ออย. ให้เป็นอิเล็กทรอนิกส์ สามารถดำเนินงานได้ทุกที่ ทุกเวลา

^๗ ศูนย์ข้อมูลและสารสนเทศ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

๕. สิ่งแวดล้อม (Environment)

๕.๑ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ^๔

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีแนวโน้มที่จะเกิด รวดเร็วและรุนแรงขึ้นจากที่คาดการณ์ไว้เดิม โดยใน พ.ศ. ๒๕๕๐ มีการคาดการณ์ว่าอุณหภูมิเฉลี่ยของโลก จะเพิ่มขึ้น ๑.๕ ถึง ๕.๑ องศาเซลเซียส ภายในปี ๒๖๔๓ เมื่อเทียบกับระดับอุณหภูมิก่อนยุคอุตสาหกรรม (Preindustrial Level) แต่การคาดการณ์เมื่อ พ.ศ. ๒๕๖๑ ระบุว่าอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกอาจเพิ่มขึ้นถึง ๑.๕ องศาเซลเซียส เร็วขึ้นเป็นภายใน พ.ศ. ๒๕๗๓ - ๒๕๙๕ ซึ่งอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกที่เพิ่มสูงขึ้นดังกล่าว จะส่งผลให้ เกิดคลื่นความร้อนในพื้นที่ส่วนใหญ่ที่มนุษย์ตั้งถิ่นฐานอยู่ และในบางพื้นที่ที่มีโอกาสที่ภัยแล้งและภาวะฝนทิ้งช่วง จะเกิดขึ้น ในขณะที่หลายภูมิภาคอาจเผชิญกับความถี่ของการเกิดพายุที่บ่อยและรุนแรงขึ้น ตามสภาพทางภูมิศาสตร์ ของแต่ละพื้นที่การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะสร้างความเสียหายต่อทั้งชีวิตและทรัพย์สิน โดยองค์การ เพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจได้คาดการณ์ว่า หากไม่มีการดำเนินงานที่สำคัญเพื่อลดปริมาณ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก จะทำให้ ภายใน พ.ศ. ๒๖๐๓ ความเสียหายอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศที่เกิดขึ้นทั่วโลกจะมีมูลค่า ถึงร้อยละ ๑.๐-๓.๓ ของ GDP โลก และมูลค่าความเสียหายจะเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ ๒.๐-๑๐.๐ ภายใน พ.ศ. ๒๖๔๓ โดยภาคการเกษตรจะได้รับความเสียหายมากกว่าภาคการผลิตอื่น เนื่องจาก ภาคการเกษตรต้องพึ่งพาสภาพอากาศและฤดูกาลตามธรรมชาติ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลให้ ปริมาณผลผลิต

๕.๒ สารเคมีการเกษตร^๕

ประเทศไทยมีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชมายาวนานร่วมๆ กับการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกพืช เศรษฐกิจเชิงเดี่ยวในพื้นที่ขนาดใหญ่เพื่อการส่งออก และเป็นวัตถุดิบของอุตสาหกรรมหลายประเภท อาทิ น้ำตาล อาหารสัตว์ และโรงไฟฟ้าชีวมวล การขยายตัวของพืชเศรษฐกิจเชิงเดี่ยว ทำให้เกิดการพึ่งพาสารเคมี กำจัดศัตรูพืชเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยปริมาณนำเข้าสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชระหว่างปี ๒๕๔๘-๒๕๖๐ เพิ่มขึ้นจาก ๗๕,๔๗๓ ตัน เป็น ๑๙๗,๗๕๘ ตัน หรือเพิ่มขึ้นกว่า ๒.๖ เท่า ในระยะเวลาเพียง ๑๒ ปี ทั้งนี้ ที่พื้นที่ การเกษตรไม่ได้เพิ่มมากขึ้น โดย ร้อยละ ๗๕ เป็นสารเคมีกำจัดวัชพืช ก่อนที่คณะกรรมการขับเคลื่อนปัญหา สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชที่มีความเสี่ยงสูงจะมีมติยกเลิกสารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่มีความเสี่ยงสูงในปี ๒๕๖๐ ทำให้ปริมาณการนำเข้าลดลงหลังจากนั้น จากสถิติการนำเข้าปี ๒๕๖๐ พบว่า มีการนำเข้าสารพาราควอต ๔๔,๕๐๑ ตัน รวมสาร ๓ ชนิดนี้มากถึงร้อยละ ๕๔.๕ ของปริมาณการนำเข้าสารเคมีกำจัดศัตรูพืชทั้งหมด ๒๖๗ ชนิด ซึ่งการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่มากขึ้นอย่างไม่เหมาะสม ทำให้เกิดปัญหาของแมลงศัตรูพืช เช่น การระบาดของ เพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล ที่ทำลายพื้นที่ปลูกข้าวนับล้านไร่ โดยพบว่า ยังมีการใช้สารเคมีเพื่อกำจัดแมลง เพลี้ยก็จะ พัฒนาตัวเองให้ต้านทานเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ปัจจุบันประเทศไทยพบเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาลมากถึง ๙ ชนิด ที่ต้านทานสารเคมีกำจัดแมลงในนาข้าว และการต้านทานของวัชพืช รายงานการสำรวจภายใต้โครงการ International Survey of Herbicide-Resistant Weeds ได้เปิดเผยข้อมูลล่าสุดพบวัชพืชที่ต้านทานสารพิษ กำจัดวัชพืชแล้วถึง ๒๕๙ ชนิด ครอบคลุมสารพิษกำจัดวัชพืช ๑๖๗ ชนิด โดยระบาดในพื้นที่การปลูกพืช ๙๓ ชนิดใน ๗๐ ประเทศ เช่น มีวัชพืชที่ต้านทานไกลโฟเซต ๔๓ ชนิด ต้านทานพาราควอต ๓๑ ชนิด เป็นต้น ที่น่าสนใจคือ มีวัชพืชมากกว่า ๑๐๐ ชนิดที่ต้านทานสารพิษได้มากกว่า ๒ กลุ่มขึ้นไป และมากกว่า ๒๐ ชนิด ที่ต้านทานสารพิษได้มากกว่า ๔ กลุ่ม ดังนั้นการใช้สารพิษกำจัดวัชพืชจึงเป็นการแก้ไขปัญหามันคงดำนานอาหารของมนุษย์ และไม่ยั่งยืนอีกทั้งนำไปปัญหาใหม่ๆ มาสู่ระบบเกษตรกรรมและความมั่นคงด้านอาหารของมนุษย์ และมีรายงาน ในปี ๒๕๖๒

^๔ <https://infocenter.nationalhealth.or.th/Ebook/ThaiHealth๒๕๖๓/book.html#p=๔๓>

พบการเสียชีวิตและผิวหนังถูกทำลายหลังจากถังฉีดพาราควอตรั่ว รวมถึงจากงานศึกษาของวิทยาลัย แพทยศาสตร์และการสาธารณสุข มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่า ชาวไร่ที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความวิตกกังวลต่อพิษของสารเคมีดังกล่าว โดยร้อยละ ๙๑ เกรงว่าลูกหลานตนเองจะเดินเข้าไปในพื้นที่ฉีดพ่น ร้อยละ ๘๑ กลัวเพื่อนบ้านจะต่อว่าเมื่อมีการฉีดพ่นสารเคมี ทั้งนี้ พาราควอต คลอร์ไพริฟอส และไกลโฟเซต มีผลกระทบต่อสุขภาพ ดังนี้

๑) พาราควอต เป็นสารที่มีพิษเฉียบพลันต่อมนุษย์สูง ไม่มียาถอนพิษ การสัมผัสโดยไม่ตั้งใจทางผิวหนัง แม้เจือจางก็มีพิษถึงตาย เป็นสาเหตุหนึ่งของการก่อโรคมะเร็งปอด สมอง ส่งผลกระทบต่อระบบประสาท ระบบสืบพันธุ์ การตั้งครภ์สามารถส่งผ่านจากมารดาสู่ตัวอ่อนในครรภ์และพัฒนาการของตัวอ่อนในครรภ์ พบการตกค้างในสิ่งแวดล้อม พืชอาหาร ผักผลไม้ สัตว์ที่เป็นอาหาร และตกค้างในมนุษย์

๒) ไกลโฟเซต เป็นสารก่อมะเร็งในมนุษย์ เพิ่มความเสี่ยงการเป็นมะเร็งต่อมน้ำเหลืองชนิด Non-Hodgkin Lymphoma และเหนี่ยวนำมะเร็งเต้านมชนิดอาศัยฮอร์โมนเอสโตรเจนให้เจริญเร็วขึ้น รบกวนการทำงานของระบบต่อมไร้ท่อ เป็นสารต้านจุลชีพและมีผลทำให้เกิดเชื้อดื้อยา ร่วมกับโลหะหนักใน น้ำบาดาลก่อให้เกิดโรคไตเรื้อรัง ถ่ายทอดจากมารดาสู่ตัวอ่อนในครรภ์และทำให้เกิดความเสียหายต่อเซลล์รกรวมถึงพบการตกค้างในอาหาร ผลิตภัณฑ์แปรรูป และเครื่องดื่ม

๓) คลอร์ไพริฟอส มีผลกระทบต่อสมอง ความจำ IQ การควบคุมกล้ามเนื้อ แม้จะได้รับตั้งแต่อยู่ใน ครรภ์มารดาในปริมาณที่ต่ำมาก รบกวนการทำงานของระบบต่อมไร้ท่อไทรอยด์ Neuroendocrine estrogenic และ Androgenic effect กระตุ้นการเจริญของเซลล์มะเร็งลำไส้ และพบการตกค้างในผักผลไม้ น้ำนมแม่ และชีร์มในสายสะดือของทารก

๖. ผลการสำรวจพฤติกรรมและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ

พ.ศ. ๒๕๖๓^๙

ในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๓ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้สำรวจข้อมูลพฤติกรรม และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพในกลุ่มและพื้นที่ เป้าหมายที่กำหนดทั้งสิ้น ๔ ภูมิภาค จำนวนตัวอย่างรวม ๕๙๒ ตัวอย่าง (จากเป้าหมาย ๕๑๖ ตัวอย่าง) ครอบคลุมทั้ง ๔ กลุ่มเป้าหมายตามกลุ่มวัย โดยพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ได้ทั้งสิ้น ๑๕๕ ชุด จากเป้าหมาย ๑๒๘ ชุด (คิดเป็นร้อยละ ๑๒๑.๐๙) พื้นที่จังหวัดขอนแก่นดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งสิ้น ๑๒๙ ชุด จากเป้าหมาย ๑๒๘ ชุด (คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๗๘) พื้นที่จังหวัดสงขลา ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งสิ้น ๑๗๖ ชุด จากเป้าหมาย ๑๒๘ ชุด (คิดเป็นร้อยละ ๑๓๗.๕๐) และ พื้นที่กรุงเทพฯ ดำเนินการเก็บ รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งสิ้น ๑๓๒ ชุด จากเป้าหมาย ๑๓๒ ชุด (คิดเป็น ร้อยละ ๑๐๐.๐๐ พร้อมทั้ง การดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ในรูปแบบการจัดประชุมกลุ่มย่อยใน ๔ พื้นที่ เป้าหมาย และผลการดำเนินงาน เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด โดยสรุปผลการสำรวจในแต่ละประเด็นได้ ดังนี้

๖.๑ การเข้าถึงสื่อองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

การสำรวจในประเด็นดังกล่าวพิจารณาจากช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ จากทั้งช่องทางสาธารณะ และช่องทางของ อย. ผลการสำรวจ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้อยละ ๙๘.๖๕ สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจากช่องทางสาธารณะหรือจาก อย. แต่หากจำแนกการพิจารณา การเข้าถึงสื่อองค์ความรู้ของผู้บริโภคออกเป็น ๒ ช่องทาง คือ ช่องทางของ อย. และช่องทางสาธารณะ ผลการสำรวจแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ผู้บริโภคเข้าถึงสื่อองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพจากช่องทาง สาธารณะเป็นส่วนใหญ่ โดยคิดเป็นร้อยละ ๙๗.๔๗ ของผู้บริโภคที่ทำการสำรวจทั้งหมด ในขณะที่ปรากฏ ผู้บริโภคเพียง ร้อยละ ๔๖.๒๘ เท่านั้นที่เข้าถึงสื่อองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพจาก อย.

^๙ รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) โครงการสำรวจพฤติกรรมและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

หากพิจารณาในรายละเอียดจากการสำรวจการเข้าถึงสื่อองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจาก อย. ในภาพรวมปรากฏว่าผู้บริโภคเข้าถึงช่องทางเว็บไซต์ อย. ที่ www.fda.moph.go.th มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ ๒๕.๐๐ รองลงมา คือ ช่องทาง Facebook อย. ที่ร้อยละ ๑๙.๐๙ และลำดับที่ ๓ คือช่องทาง เว็บไซต์ อย. ที่ <http://oryor.com> ร้อยละ ๑๓.๘๕ ในขณะที่ ช่องทาง Oryor Smart Application และ Twitter อย. มีผู้เข้าถึงช่องทางดังกล่าวอย่างน้อยที่สุด เพียงร้อยละ ๓.๒๑ และ ๒.๒๐ ตามลำดับ ในขณะที่ หากพิจารณาช่องทางการเข้าถึงสื่อองค์ความรู้จากช่องทางสาธารณะที่มีการสำรวจทั้งสิ้น ๗ ช่องทาง ปรากฏว่าช่องทาง รายการและโฆษณา โทรทัศน์เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคเข้าถึงมากที่สุด (ร้อยละ ๖๗.๐๖) รองลงมา คือ ช่องทาง สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ อีเมลล์ที่ ร้อยละ ๕๕.๔๑ และลำดับที่ ๓ คือ Facebook ร้อยละ ๔๔.๐๙ ในขณะที่ ช่องทางอื่นๆ มีสัดส่วนการเข้าถึงใกล้เคียงกัน

๖.๒ การรู้เท่าทันสื่อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ตามองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อทั้ง ๕ องค์ประกอบ จากการสำรวจข้อมูลในประเด็นการเปิดรับสื่อพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้อยละ ๙๘.๖๕ สามารถเข้าถึงสื่อจากช่องทางสาธารณะหรือจาก อย. ได้ ในขณะที่ ด้านการวิเคราะห์สื่อ ในประเด็นด้านแหล่งข้อมูลและความน่าเชื่อถือของสื่อ ผลการสำรวจพบว่า ร้อยละ ๘๖.๓๒ มีพฤติกรรมการสอบถามและค้นหาข้อมูล ด้านการสอบถามข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอัตราการสอบถามข้อมูลจากบุคคล ร้อยละ ๙๒.๐๖ จำแนกข้อมูลการสอบถามตามบุคคลต่างๆ ในภาพรวม ของการสำรวจส่วนใหญ่ (ร้อยละ ๕๘.๒๘) สอบถามข้อมูลจากเภสัชกรมากที่สุด รองลงมา คือ การสอบถาม ข้อมูลจากแพทย์ (ร้อยละ ๕๐.๖๘) และลำดับที่ ๓ สอบถามข้อมูลจากสมาชิกในครอบครัว (ร้อยละ ๔๔.๕๙) โดยจากผลการสำรวจเห็นได้อย่างชัดเจนว่าหน่วยที่ใกล้ชิดที่ผู้บริโภคสามารถสอบถามข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ สุขภาพได้มากที่สุดสอดคล้อง และเป็นไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภค กล่าวคือ เมื่อเจ็บป่วยหรือมีปัญหาสุขภาพผู้บริโภคนิยมซื้อยารับประทานเองจากเภสัชกรมากกว่าการไปพบแพทย์ ดังนั้น เภสัชกรจึงเป็นบุคคล ที่ผู้บริโภคสามารถสอบถามข้อมูลได้ง่ายที่สุดในขณะที่ประเด็นย่อยด้านการค้นหาข้อมูลในภาพรวม การสำรวจปรากฏร้อยละ ๙๒.๕๗ ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีการค้นหาข้อมูล โดยส่วนใหญ่นิยมหา ข้อมูล สุขภาพจาก Google และ Internet Explorer มากที่สุด ร้อยละ ๗๘.๓๒ รองลงมา คือ แหล่งข้อมูล Facebook (ร้อยละ ๓๕.๑๔) และลำดับที่ ๓ คือ การค้นหาข้อมูลจาก YouTube ซึ่งใกล้เคียงกับการหาข้อมูล จากหนังสือ/หนังสือพิมพ์/วารสาร ที่ระดับร้อยละ ๓๐.๕๗ และ ๒๘.๘๙ ตามลำดับ ซึ่งจากผลการสำรวจแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคในการ หาข้อมูลพึ่งพาช่องทางออนไลน์ เป็นสำคัญ ดังนั้น ประเด็นที่ต้องตระหนักต่อไป คือ ข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในช่องทางออนไลน์ต่างๆ มีความน่าเชื่อถือเพียงใด และเมื่อไปประกอบกับประเด็นการสำรวจด้านการเข้าถึงสื่อ ที่ปรากฏอย่างชัดเจนว่า ผู้บริโภคเข้าถึงสื่อ สาธารณะช่องทางต่างๆ ได้ง่ายกว่าการเข้าถึงสื่อจาก อย. ดังนั้น ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภค จะสามารถรับสื่อ จากแหล่งที่มีข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนจาก อย. เป็นไปได้ยากกว่าการเข้าถึงสื่อจากแหล่ง สาธารณะอื่นๆ ประเด็นดังกล่าวจึงเป็นภารกิจที่สำคัญของ อย. ประการหนึ่งที่จะต้องสร้างการรับรู้และเพิ่มช่องทางในการนำเสนอสื่อที่ถูกต้องสู่ผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

ในขณะที่ ประเด็นด้านความน่าเชื่อถือของสื่อ พิจารณาสำรวจจากสื่อสาธารณะที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคจำนวนรวม ๖ ช่องทาง คือ ๑) รายการและโฆษณาโทรทัศน์ ๒) รายการและโฆษณาวิทยุ ๓) สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ อีเมลล์ ๔) Line ๕) Twitter และ ๖) YouTube พบว่าแหล่งข้อมูลจากสื่อรายการและ โฆษณาโทรทัศน์ มีความน่าเชื่อถือในระดับมาก โดยได้รับคะแนนมากที่สุด (๒.๘๕ คะแนน) รองลงมา คือ สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ อีเมลล์ ซึ่งได้คะแนนระดับความน่าเชื่อถือในระดับมากเช่นเดียวกัน (๒.๖๙ คะแนน) และ ลำดับที่ ๓ คือ สื่ออื่น ๆ เช่น Facebook หนังสือ และแผ่นพับ มีระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก (๒.๖๕ คะแนน) ในขณะที่ แหล่งข้อมูลอื่นๆ ทั้งรายการและโฆษณาวิทยุ Line Twitter และ YouTube ได้รับคะแนนระดับความน่าเชื่อถือในระดับน้อยทั้งสิ้น โดยเมื่อประมวลผลประกอบกับข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากการประชุมกลุ่มย่อย พบประเด็นที่ อย. ควรให้ความสำคัญ คือ การโฆษณา ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีแนวโน้มอวดอ้างเกินจริงในสื่อวิทยุ

โดยเฉพาะในพื้นที่ภูมิภาค ซึ่งผู้เข้าถึงสื่อวิทยุส่วนใหญ่ คือ กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจข้อมูล
ในประเด็นด้านช่องทางการรับรู้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่สื่อวิทยุได้รับความนิยมนอกจากกลุ่มผู้สูงอายุมาก
เป็นลำดับที่ ๒ ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้ม จะถูกชักจูงให้หลงเชื่อคำโฆษณากล่าวอ้างเกินจริงได้โดยง่าย
ดังนั้นการบูรณาการทำงานเชิงรุกโดยเฉพาะงานตรวจสอบผลิตภัณฑ์หลังออกสู่ตลาดร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ควรมีการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความรู้สึกถึงการพึ่งพาได้ให้แก่ผู้บริโภค

ดังนั้น การประเมินผลเพื่อวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อผลิตภัณฑ์สุขภาพซึ่งประเมินจากประเด็นด้านการเข้าใจสื่อ
การประเมินค่า และการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ ผลจากการประเมินในภาพรวม พบว่า ร้อยละ ๖๖.๓๙
ผ่านเกณฑ์การประเมินด้านการรู้เท่าทันสื่อ โดยแต่ละพื้นที่ที่ดำเนินการสำรวจมีร้อยละผู้ผ่านเกณฑ์การประเมิน
ใกล้เคียงกัน ยกเว้นในพื้นที่กรุงเทพฯ ที่ปรากฏร้อยละผู้ผ่านเกณฑ์การประเมินต่ำที่สุด เพียงร้อยละ ๕๖.๘๒ เท่านั้น

๖.๓ ทักษะคิดในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

การประเมินด้านทักษะคิดพิจารณาจากการเห็นด้วย หรือยอมรับของประชาชนที่มี ผลต่อการตัดสินใจ
ให้การสนับสนุนต่อข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และจากการสำรวจในภาพรวม พบว่า ร้อยละ ๖๒.๑๖ มีทัศนคติ
ที่เหมาะสมในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในขณะที่ ร้อยละ ๓๗.๘๔ ยังมีทัศนคติที่ไม่เหมาะสม และหากพิจารณา
ค่าคะแนนความเห็นด้วยที่นำไปสู่การประมวลผลด้านทัศนคติของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้ คะแนนด้านข้อมูล
ที่ได้รับช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อ/เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพมากที่สุด (๓.๑๙ คะแนน) แสดงให้เห็นได้
อย่างชัดเจนว่าข้อมูลที่ได้รับจะนำไปสู่การตัดสินใจในการเลือกซื้อ/ใช้ของผู้บริโภคอย่างแน่นอน รองลงมา คือ
ข้อมูลที่ได้รับทำให้ไม่หลงเชื่อกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวด ซึ่งค่าคะแนน ที่ได้ใกล้เคียงกับประเด็น
ด้านข้อมูลที่ได้รับทำให้เข้าใจรายละเอียดผลิตภัณฑ์และวิธีใช้ที่ถูกต้องที่ระดับ ๓.๑๐ และ ๓.๐๘ คะแนน ตามลำดับ
ในขณะที่ประเด็นด้านข้อมูลที่ได้รับหากมีประโยชน์จะนำไปบอกต่อ หรือแชร์ให้คนอื่น และด้านข้อมูลที่ได้รับ
ทำให้มีความรู้เพิ่มเรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพเพิ่มมากขึ้นได้รับคะแนน น้อยที่สุดในระดับใกล้เคียงกัน คือ ๓.๐๐
และ ๒.๙๙ คะแนน ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าข้อมูล ที่ผู้บริโภคได้รับนำไปสู่การตัดสินใจ
ส่วนตัวเป็นขั้นแรก จากนั้นจะนำไปสู่การพิจารณาในระดับอื่นๆ ทั้งด้านการใช้ข้อมูลในการประกอบความเชื่อ
เพื่อการตัดสินใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องจากวิธีการใช้ ที่ถูกต้องก่อนจะนำไปสู่ขั้นของการนำไปบอกต่อ
ดังนั้น เห็นได้อย่างชัดเจนว่าข้อมูลที่ถูกต้องมีความจำเป็น อย่างยิ่งที่จะสนับสนุนให้ผู้บริโภคสามารถเลือก
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้ด้วยตนเอง

๖.๔ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจาก อย. ของผู้บริโภค พิจารณาองค์ประกอบ
ภายใต้กระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาไปสู่ความรอบรู้ในประเด็น ๒ ด้าน คือ การเปลี่ยน พฤติกรรมและการบอกต่อ
ซึ่งมุ่งเน้นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค รวมถึงพฤติกรรม การบริโภคของผู้บริโภคในลำดับ
ขั้นการตัดสินใจซื้อ การซื้อ การใช้ และการประเมินหลังการบริโภค ซึ่งนำไปสู่การบอกต่อที่แสดงการตอบสนอง
ความคาดหวังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรอง จาก อย. เพื่อนำไปสู่การสร้างเชื่อมั่น
ซึ่งเกณฑ์การประเมินเพื่อแสดงว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ผู้ตอบแบบสอบถาม
จะต้องตอบการประเมินพฤติกรรมใน ๑๓ ข้อคำถามเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมใน ๓ รูปแบบ คือ ๑) พฤติกรรมทั่วไป
๒) พฤติกรรมที่ อย. มุ่งให้ความสำคัญ และ ๓) พฤติกรรมสำคัญด้านการใช้ยาปฏิชีวนะ และการใช้หน้ากากอนามัย
ป้องกันเชื้อ COVID-19 ผลการสำรวจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้อง
ตามรูปแบบหลักเกณฑ์ที่กำหนดและผ่านเกณฑ์ การพิจารณาเฉลี่ยร้อยละ ๖๘.๑๒ โดยพฤติกรรมฯ ของผู้บริโภค
ที่ถูกต้องมากที่สุด คือ ด้านการป้องกันตนเองจาก COVID-19 ซึ่งเป็นไปตามสถานการณ์ของการป้องกันโรค
ที่ผู้บริโภคกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน

โดยเฉพาะพฤติกรรมการใช้หน้ากากอนามัยป้องกัน COVID-19 เมื่อออกจากบ้าน ซึ่งร้อยละ ๗๒.๕๓ ปฏิบัติทุกครั้งเมื่อต้องออกจากบ้าน และร้อยละ ๒๕.๕๔ ปฏิบัติบ่อย ๆ นอกจากนั้น พฤติกรรมล้างมือด้วยเจล แอลกอฮอล์/แอลกอฮอล์/สบู่ เพื่อป้องกัน COVID-19 ร้อยละ ๗๕ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ถูกต้องเช่นเดียวกัน กล่าวคือ ปฏิบัติทุกครั้งมากถึง ร้อยละ ๕๒.๔๑ และปฏิบัติบ่อยๆ ร้อยละ ๔๐.๗๒ เมื่อพิจารณาในประเด็นอื่นๆ ด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า ประเด็นด้านการปฏิบัติตามคำแนะนำแพทย์/เภสัชกร และเฝ้าระวัง หากต้องใช้ยาปฏิชีวนะและยาที่ทำให้เสพติด (ยาแก้ปวด หรือยาแก้อาเจียน) เป็นประเด็นที่ผู้บริโภคปฏิบัติได้อย่างถูกต้องในระดับสูงเช่นเดียวกัน คือ ปฏิบัติทุกครั้ง ร้อยละ ๕๔.๑๙ และปฏิบัติบ่อย ๆ ร้อยละ ๓๕.๐๔ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอ่านและตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทั้งจากการอ่านและตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร/อาหารเสริมสุขภาพ/เครื่องสำอางก่อนการตัดสินใจซื้อ และการค้นคว้าตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพกลับพบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมในประเด็นดังกล่าวไม่ถูกต้อง เป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ผู้บริโภคส่วนมากตอบพฤติกรรมในช่วงนานๆ ครั้ง และบ่อยมากที่สุด

๖.๕ ความรอบรู้ของประชาชนเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

การประเมินความรอบรู้ของประชาชนเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจะพิจารณาจาก ค่าคะแนนขององค์ประกอบ ๒ ส่วน คือ ๑) ความรู้ (ประกอบด้วย การเข้าถึง ความเข้าใจ การซักถาม และการตัดสินใจ ซึ่งประเด็นดังกล่าวเป็นประเด็นภายใต้การประเมินด้านการเข้าถึงสื่อ การค้นหาหรือสอบถาม ข้อมูลการเข้าใจรู้ ไม่เชื่อโฆษณา การตัดสินใจ และการบอกต่อ และความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ) และ ๒) พฤติกรรม (การเลือกซื้อ/เลือกใช้ การปฏิบัติ และการบอกต่อ) ซึ่งผลการประเมินด้านความรอบรู้ของผู้บริโภค พบว่า ประเด็นด้านความรู้ ในภาพรวมซึ่งพิจารณาจากประเด็นการประเมินย่อย ๔ ด้าน คือ การเข้าถึงสื่อ (ร้อยละ ๙๙.๖๕) การค้นหา หรือสอบถามข้อมูล (ร้อยละ ๙๖.๓๒) การเข้าใจ รู้ ไม่เชื่อโฆษณา ตัดสินใจ บอกต่อ (ร้อยละ ๖๒.๑๖) และความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ร้อยละ ๗๒.๐๔) ดังนั้น ผู้บริโภค ร้อยละ ๗๙.๗๙ มีความรู้ ในขณะที่การประเมิน ด้านพฤติกรรม พบว่า ร้อยละ ๖๘.๑๒ ของผู้บริโภคมี พฤติกรรมที่ถูกต้อง ดังนั้น ความรอบรู้ของผู้บริโภค ซึ่งประเมินจากค่าเฉลี่ยในมิติของความรู้และพฤติกรรม ของผู้บริโภคอยู่ที่ระดับร้อยละ ๗๗.๔๖ จากผู้บริโภค ที่สำรวจทั้งหมด

๖.๖ ความเชื่อมั่นต่อการเลือกซื้อเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

เกณฑ์การประเมินผลด้านความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกำหนดให้ผู้บริโภคจะมีความเชื่อมั่น เมื่อให้ค่าคะแนนการประเมินผลระดับมากที่สุดในช่วง ๘ -๑๐ คะแนนเท่านั้น โดยในภาพรวมพบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อการเลือกซื้อเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ร้อยละ ๔๑.๘๙ และหากพิจารณาระดับคะแนน ความเชื่อมั่นที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพประเภทต่าง ๆ พบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ยา รักษาโรคในระดับมากที่สุด ที่ระดับ ๘.๒๖ คะแนน ในขณะที่ผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นๆ ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น ในระดับมากที่สุด โดยผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ได้รับคะแนนมากที่สุด ๘.๐๙ คะแนน รองลงมา คือผลิตภัณฑ์อาหาร (๗.๘๒ คะแนน) ลำดับที่ ๓ คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (๗.๗๕ คะแนน) ในขณะที่ ผลิตภัณฑ์วัตถุอันตราย ที่ใช้ในบ้านเรือนได้รับคะแนนความเชื่อมั่นน้อยที่สุด (๗.๖๙ คะแนน)

๖.๗ ความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของ อย.

ความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของ อย. มุ่งเน้นการสำรวจใน ๔ มิติ คือ ๑) การพิจารณาอนุญาต สถานที่ผลิต สถานที่จำหน่าย และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ๒) การตรวจสอบสถานที่ผลิต สถานที่จำหน่าย และผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและคุณภาพตามที่ได้ใบอนุญาตทะเบียน ๓) การรับเรื่องและการจัดการเรื่อง ร้องเรียนผู้ผลิต จำหน่าย และผลิตภัณฑ์ และ ๔) การให้ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชน รวมถึงการพิจารณา ในมิติ ของภาพรวมประกอบด้วย ในภาพรวมการสำรวจร้อยละ ๕๓.๘๗ เชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของ อย. ในขณะที่ ร้อยละ ๔๖.๑๓ ยังไม่เชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของ อย. และเมื่อพิจารณารายประเด็นย่อย ปรากฏว่า ด้านการพิจารณาอนุญาตสถานที่ผลิต สถานที่จำหน่าย และผลิตภัณฑ์สุขภาพเป็นการดำเนินงานที่ผู้บริโภค

มีความเชื่อมั่นมากที่สุด ร้อยละ ๖๐.๕๘ รองลงมา คือ ด้านการตรวจสอบสถานที่ผลิต สถานที่จำหน่าย และผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและคุณภาพตามที่ได้อินอนุญาตทะเบียนปรากฏว่า ร้อยละ ๕๖.๖๖ มีความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานด้านดังกล่าวของ อย. ลำดับที่ ๓ คือ การดำเนินงานด้านการรับเรื่องและการจัดการเรื่องร้องเรียน ผู้ผลิต จำหน่าย และผลิตภัณฑ์ โดยร้อยละ ๔๙.๖๖ มีความเชื่อมั่นในมิติดังกล่าว ส่วนงานด้านการให้ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชนเป็นมิติที่ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานด้านดังกล่าว น้อยที่สุด ปรากฏเพียงร้อยละ ๔๗.๓๖

๘. ความพึงพอใจและความต้องการของประชาชน^{๑๐}

๘.๑ ผู้รับบริการ

จากรายงานการประเมินผลความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ พบว่า ในภาพรวมการให้บริการของ อย. อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (ร้อยละ ๙๓.๕๔) โดยการให้บริการที่มีความพึงพอใจมากที่สุด (ร้อยละ ๙๔.๒๗) คือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ/ขั้นตอนน้อยที่สุด ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับตรงกับความคาดหวังในระดับพึงพอใจมากที่สุด (ร้อยละ ๘๒.๖๖) ในส่วนของความไม่พึงพอใจ พบว่า ผู้รับบริการไม่พึงพอใจการให้บริการในเรื่องการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการให้คำแนะนำที่ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หากเทียบกับหน่วยราชการอื่น ๆ พบว่า การให้บริการของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาดีกว่าหน่วยราชการอื่น ๆ ร้อยละ ๕๒.๗๖ ในส่วนความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของ อย. ผู้รับบริการคาดหวังมากที่สุด คือ การเพิ่มช่องทางการติดต่อสอบถามหรือปรึกษาทางโทรศัพท์ หรือทางออนไลน์ และเพิ่มเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เฉพาะทางในการให้คำแนะนำหรือปรึกษาในการให้บริการ

๘.๒ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากรายงานการประเมินผลการพัฒนาการบริการและการบริหารจัดการของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของ อย. อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (ร้อยละ ๘๒.๒๙) โดยมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับมากที่สุด (ร้อยละ ๙๖.๕๓) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อม ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และด้านกระบวนการ/ขั้นตอนน้อยที่สุดในส่วนของความไม่พึงพอใจ พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่พึงพอใจการดำเนินงานที่ล่าช้าของเจ้าหน้าที่และไม่ทราบความคืบหน้าของการดำเนินงาน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ความรวดเร็วของการให้บริการ การส่งผลการดำเนินการกลับมาให้ผู้แจ้ง และการพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีจิตบริการที่ดี

^{๑๐} กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

๙. การเทียบเคียงทั้งภายในและภายนอกประเทศ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)^{๑๑}

อย. เป็นส่วนราชการที่มีกฎหมายรองรับและกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจนสำหรับการเทียบเคียงการดำเนินงานภายในประเทศ อย. พิจารณาจากหน่วยงานที่มีพันธกิจคล้ายคลึงกัน ซึ่งประกอบด้วย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กรมสรรพสามิต ในส่วนของต่างประเทศ อย. ได้เทียบเคียงกับประเทศทั่วโลกและในเอเชีย ด้านการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ การเข้าถึงยาของประชาชน คุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร และมาตรฐานการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพระดับโลก (PIC/S) โดยมีประเด็นและผลการเทียบเคียง ดังนี้

ตารางที่ ๑ การเทียบเคียงภายในประเทศ ของ อย.

ประเด็นการเทียบเคียง	ผลการดำเนินการ/(ลำดับที่)				แหล่งข้อมูล
	อย.	สบส.	สคบ.	กรมสรรพสามิต	
จำนวนผลงานที่ได้รับรางวัลพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (รางวัล)	๓ / (๒)	๑ / (๓)	- / (๔)	๕/(๑)	เว็บไซต์ ก.พ.ร.
ได้รับการรับรองระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO ๙๐๐๑:๒๐๑๕) ทั้งหมดองค์กร (รางวัล)	๑ / (๑)	- / (๒)	- / (๒)	-(๒)	เว็บไซต์หน่วยงาน
ได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ (ISO ๒๗๐๐๑:๒๐๑๓) (รางวัล)	๑ / (๑)	- / (๒)	- / (๒)	๑/(๑)	เว็บไซต์หน่วยงาน
ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) (คะแนน)	๘๘.๘๗ (๑)	๘๘.๔๔ (๒)	๗๙.๓๕ (๔)	๘๖.๒๖ (๓)	เว็บไซต์ ปปท.
ผลการประเมินมาตรฐานด้านการแก้ไขปัญหาทุจริต	๘๘.๘๕ (๑)	๗๒.๑๒ (๔)	๘๑.๑๖ (๒)	๗๘.๐๘ (๓)	

ตารางที่ ๒ การเทียบเคียงภายนอกประเทศ ของ อย.

ประเด็นการเทียบเคียง	คู่แข่ง/คู่เทียบ	ผลการเทียบเคียง	แหล่งข้อมูล
การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ประเทศทั่วโลกและทวีปเอเชีย	ประเทศไทยส่งออกเครื่องสำอางเป็นอันดับที่ ๑๗ ของโลก เป็นอันดับ ๒ ของเอเชียรองจากญี่ปุ่น	รายงานศูนย์วิจัยกสิกรไทย
		ประเทศไทยส่งออกอาหารเป็นอันดับที่ ๑๑ ของโลก เป็นอันดับ ๒ ของเอเชียรองจากจีน	https://www.facebook.com/Posttoday/
การเข้าถึงยาของประชาชน	ประเทศทั่วโลกและอาเซียน	เป็นอันดับ ๖ ของโลก และอันดับ ๑ ของอาเซียน (๖๗.๕๑ คะแนน)	นิตยสาร CEO World (๑๑ ก.ย. ๒๕๖๒)
การกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพมีมาตรฐานสากลระดับโลก	ประเทศในทวีปเอเชีย	อย. ไทยได้รับการรับรองมาตรฐานการตรวจโรงงานยา PIC/S ลำดับที่ ๔๙ ของโลก และเป็น ๑ ใน ๘ ประเทศของทวีปเอเชีย	เว็บไซต์ https://www.picscheme.org/
คุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร	ประเทศในอาเซียน	คุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหารประเทศไทยเป็นลำดับที่ ๓ รองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย	เว็บไซต์ fao.org/faostat

^{๑๑} รายงานการศึกษาวิเคราะห์บริบท ข้อมูลสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ และบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร

ผลการเทียบเคียงผลการดำเนินงานของหน่วยงานภายนอกประเทศ มีดังนี้

๑. ด้านการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพมีมาตรฐานสากลระดับโลก และในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับความปลอดภัยด้านอาหารเป็นลำดับที่ ๓ รองจากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยของอาหาร

๒. ด้านการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นอันดับที่ ๑๗ ของโลกและเป็นอันดับ ๒ ของทวีปเอเชียรองจากญี่ปุ่น

๓. ด้านมูลค่าตลาดยา ตลาดยาในประเทศไทยใหญ่เป็นอันดับ ๒ ของประเทศในอาเซียน รองจากประเทศอินโดนีเซีย (๑.๘ แสนล้านบาท) การดื้อยาต้านจุลชีพ (Antimicrobial Resistance: AMR) ของประเทศไทย อยู่ในลำดับที่ ๒๒ จาก ๑๙๕ ประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ ๗๕.๐ การเข้าถึงยาของประชาชนเป็นอันดับ ๖ ของโลก และอันดับ ๑ ของอาเซียน (๖๗.๕๑ คะแนน)

๔. มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์นมพร้อมบริโภค พบว่าประเทศไทยมีมาตรฐานสูงกว่าประเทศในอาเซียน ดังแสดงรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ ๓ การเทียบเคียงผลการดำเนินงานของหน่วยงานภายนอกประเทศ

ประเด็นการเทียบเคียง	คู่แข่ง/คู่เทียบ	ผลการเทียบเคียง
คุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร	ประเทศในอาเซียน	ผลการจัดลำดับของคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหารประเทศไทยเป็นลำดับที่ ๓ รองจากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย
มูลค่าตลาดยา	ประเทศในอาเซียน	ตลาดยาในประเทศไทยใหญ่เป็นอันดับ ๒ ของประเทศในอาเซียน รองจากประเทศอินโดนีเซีย (๑.๘ แสนล้านบาท)
การดื้อยาต้านจุลชีพ (Antimicrobial Resistance: AMR)	ประเทศทั่วโลก	ของประเทศไทย อยู่ในลำดับที่ ๒๒ จาก ๑๙๕ ประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ ๗๕.๐
การเข้าถึงยาของประชาชน	ประเทศทั่วโลกและอาเซียน	เป็นอันดับ ๖ ของโลก และอันดับ ๑ ของอาเซียน (๖๗.๕๑ คะแนน)
มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์นมพร้อมบริโภค - ปริมาณโปรตีน (% / ๑๐๐ กรัม) - ปริมาณไขมัน (% / ๑๐๐ กรัม)	อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย และเวียดนาม	อินโดนีเซีย (>๒.๘๐) ไทย (>๓.๐) และเวียดนาม (>๒.๘๐) อินโดนีเซีย (>๓.๒๐) มาเลเซีย (๓.๒๕) ไทย (>๓.๓๕) และเวียดนาม (>๓.๒๐)

นอกจากนี้หากมีการเปรียบเทียบถึงข้อมูลสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศต่างๆ อาทิ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย ประเทศนิวซีแลนด์ และกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน เป็นต้น โดยดำเนินการพิจารณาเปรียบเทียบในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้าน Good Review Practice ด้าน Food Standards ด้าน Health Sciences Authority เพื่อนำมากำหนดแนวทางการพัฒนา

ตารางที่ ๔ สถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของแต่ละประเทศ

ประเด็นการ เทียบเคียง	คู่เทียบ	เป้าหมาย	แนวทางการพัฒนา
ระดับภายนอกประเทศ			
การทำ Good Review Practice	ออสเตรเลีย	การขึ้นทะเบียนตำรับยา มีการประเมินและอนุญาตตามแนว TGA (The Therapeutic Goods Administration)	มีแผนการเทียบเคียงกับ TGA เรื่อง GRP ด้านกระบวนการขึ้นทะเบียนยา และมีการประชุมจัดทำแนวปฏิบัติที่ดีในการขึ้นทะเบียน
Food Standards	ออสเตรเลีย, นิวซีแลนด์	มีผู้ตรวจประเมินที่มีศักยภาพในการพิจารณาอนุญาต	มีผู้ตรวจประเมินผ่านหลักสูตร Requirement and Implementation ISO ๙๐๐๑:๒๐๑๕ จำนวน ๑๙ คน และหลักสูตร Auditor and Lead auditor ISO ๙๐๐๑:๒๐๑๕ จำนวน ๓ คน
Health Sciences Authority	สิงคโปร์	พัฒนากระบวนการประเมินคำขอที่จัดเตรียมแบบ Common Submission Dossier Template (CSDT) โดยผู้ประเมินภายใน	<ul style="list-style-type: none"> - มีผู้ประเมินภายในผ่านเกณฑ์ ๔ คน - มีประเภทเครื่องมือแพทย์ที่ได้รับการประเมินคำขอที่จัดเตรียมแบบ CSDT โดยผู้ประเมินภายใน จำนวน ๒ ประเภท (ถูงมือสำหรับ ศัลยกรรม, ถูงยางอนามัย) และผู้ประเมินภายในได้ประเมินเอกสารแล้ว ๒ คำขอ
การประเมินความปลอดภัยของวัตถุอันตรายที่ใช้ในเครื่องสำอาง	กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน	แนวทางประเมินความปลอดภัยของวัตถุอันตรายที่ใช้ในเครื่องสำอางของไทยเทียบเท่ากับแนวทางของอาเซียน	มีคู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน การพิจารณาเพิ่มสารในระบบเครื่องสำอาง

ประเด็นการ เทียบเคียง	คู่เทียบ	เป้าหมาย	ผลการเทียบเคียงต้นแบบที่ดี
ระดับภายนอกประเทศ (ต่อ)			
แนวทางการ พิจารณารับขึ้น ทะเบียน ผลิตภัณฑ์วัตถุ อันตรายที่ใช้ใน บ้านเรือนหรือ ทางสาธารณสุข	United States Environmental Protection Agency (US EPA)	พัฒนาแนวทางการพิจารณา รับขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน หรือทางสาธารณสุขให้เป็น มาตรฐานเดียวกันเพื่อให้มี กระบวนการปฏิบัติงานที่ เทียบเคียงกับ US EPA United	ปรับปรุงเนื้อหาในเอกสารคู่มือการ รับขึ้นทะเบียนวัตถุอันตรายให้มี เนื้อหาเป็นปัจจุบัน
กระบวนการ ตรวจสอบอาหาร นำเข้า	Codex Committee on Food Import and Export Inspection and Certification Systems (CCFICS)	มีมาตรการด้านมาตรฐานและ ความปลอดภัยสำหรับควบคุม อาหารนำเข้าที่ไม่ก่อให้เกิด อุปสรรคที่ไม่จำเป็นต่อการค้า ระหว่างประเทศ รวมทั้งเป็น ที่ยอมรับของนานาประเทศ ในเรื่องกระบวนการตรวจสอบ อาหารนำเข้า	- มีร่างวิธีปฏิบัติงานของด่านอาหาร และยาในสถานการณ์ฉุกเฉิน จำนวน ๑ ฉบับ - มีการตรวจติดตามคุณภาพภายใน ร้อยละ ๙๗.๕๐ ของด่านอาหารและยา - มีร่างมาตรฐานการขนส่งอาหาร จากโรงงานหรือสถานที่นำเข้าถึง ผู้บริโภค จำนวน ๑ ฉบับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการเทียบเคียง อย. จึงเร่งพัฒนา คุณภาพ ความปลอดภัยด้านอาหาร และยกระดับคุณภาพนมพร้อมดื่มให้มีคุณภาพปลอดภัย จึงกำหนดนโยบายอาหารปลอดภัย นโยบายลด ไขมันทรานส์ ในส่วนของการตั้งอัยาด้านจุลชีพ ได้กำหนดพันธกิจ ‘ประเทศไทยปึกหมุด...หยุดเชื้อคือยา’ เพื่อจัดการกับเชื้ออัยาให้หมดไปจากประเทศไทย และด้านการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ อย. ได้จัดตั้งหน่วยงานขึ้นมารองรับเพื่อให้คำปรึกษาในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สุขภาพและยกระดับ ผู้ประกอบผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ เป็นการนำรายได้เข้าประเทศอีกทาง

การเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขัน สามารถปรับให้เป็นโอกาสได้ ดังนี้

๑. สภาวะโรคระบาด เป็นโอกาสในการพัฒนาระบบการตอบสนองต่อภาวะวิกฤติ เช่น การสำรองยาและเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ รวมทั้งพัฒนาระบบการควบคุมกำกับ ดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ เท่าทันสถานการณ์

๒. การเป็นสังคมผู้สูงอายุ ปัจจุบันผู้สูงอายุมีการไปพบปะสังสรรค์กับเพื่อนมากขึ้น และใส่ใจ ดูแลสุขภาพมากขึ้น ทำให้ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงรุกและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

๓. การสั่งซื้อสินค้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพออนไลน์ เป็นโอกาสให้สามารถพัฒนา ช่องทางการสื่อสารข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพให้กับประชาชน

๔. สังคมและพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมการใช้ยาไม่เหมาะสมของผู้ป่วย ทำให้เกิดเชื้ออัยา เป็นโอกาสในการพัฒนาและปรับปรุงระบบบริหารจัดการด้านยาของประเทศให้เหมาะสม

๕. นโยบายเสรีการใช้กัญชาทางการแพทย์ ส่งผลต่อการเข้าถึงกัญชาของผู้ป่วย และนักวิจัย ไม่ถูกจำกัดในการใช้กัญชาในการทดลอง

ปัจจัยที่ทำให้ อย. ประสบความสำเร็จ มีดังนี้ ๑) ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมาย อย. ๒) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมที่ทันสมัย ๓) การพัฒนาขีดความสามารถแก่เครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ ๔) เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพระดับประเทศ ๕) การได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO ๙๐๐๑:๒๐๑๕ และ ISO๒๗๐๐๑ รวมทั้ง PIC/S ๖) ระบบการบริการและให้คำปรึกษาแนะนำที่เบ็ดเสร็จและครบวงจร

๑๐. สถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ^{๑๑)}

๑๐.๑ สถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศไทย

ในอดีตผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มียื่นขอขึ้นทะเบียนยังมีน้อย อีกทั้งผลิตภัณฑ์ ยา อาหาร เครื่องสำอาง ก็มีเอกสารที่ต้องทบทวนในการพิจารณาไม่มากนัก เมื่อเทียบกับปัจจุบันที่มีจำนวนผู้ยื่นขอจดทะเบียนเพิ่มมากขึ้นหลายเท่าตัว ทำให้เจ้าหน้าที่ทำงานไม่ทันและไม่สามารถแจ้งผู้เชี่ยวชาญจากแหล่งต่างๆ มาประเมินผลิตภัณฑ์ได้ จึงเกิดเป็นปัญหาการพิจารณาอนุญาตไม่ทันความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค เนื่องมาจากสาเหตุ ๓ ประการ คือ อัตราค่าลงคนไม่พอ อัตราค่าตอบแทนไม่สูงพอ และแหล่งเงินที่ใช้มีไม่เพียงพอ ทำให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคเดือดร้อน ที่ผ่านมาเพราะ อย. ทำงานช้าในกระบวนการพิจารณาใบอนุญาต อีกทั้งกระบวนการพิจารณาต้องอาศัยเกณฑ์และการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญในการยืนยันว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคก่อน จึงไม่สามารถออกใบอนุญาตให้รวดเร็วตามความต้องการของผู้ประกอบการได้ทุกรายทันเวลา”

ปัจจุบันการคุ้มครองผู้บริโภคของ อย. สามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้มากขึ้น หากลดข้อจำกัดด้วยสาเหตุหลักๆ อยู่ ๔ ประการ ได้แก่ กำลังคนไม่เพียงพอ งบประมาณไม่เพียงพอ กฎหมายล้าสมัย กฎระเบียบในระบบราชการ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัญหาด้านบุคลากร จากการศึกษาวิเคราะห์ จะพบว่า ในประเด็นของกำลังคนไม่เพียงพอ นั้น เกี่ยวข้องกับบุคลากรด้านตรวจสอบกำกับความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์หลักออกสู่ตลาด ไม่สามารถควบคุมและตรวจสอบโฆษณาได้อย่างทั่วถึง ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญที่เหมาะสมกับการควบคุมผลิตภัณฑ์สุขภาพที่หลากหลาย รวมทั้งการให้ความรู้ต่อผู้บริโภคในเรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ปลอดภัย ทำได้อย่างจำกัด และที่สำคัญบุคลากร อย. เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน สำหรับประเด็นกฎหมายล้าสมัยนั้นมีประเด็นที่สำคัญอยู่ ๒ หัวข้อหลัก คือ กฎหมายการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์และการทบทวนตำรับยาที่ล่าช้า เนื่องจากไม่มีหลักฐานด้านประสิทธิผลและความปลอดภัย ทำให้ล่าช้าในการทบทวนและเพิกถอนทะเบียนตำรับยา หรือในภารกิจด้านอาหารที่ไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง และที่สำคัญที่สุดคือ ไม่มีความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย ส่วนในกรณีของกฎระเบียบระบบราชการนั้น เกี่ยวเนื่องกับขั้นตอนมากทำให้ล่าช้า รวมทั้งไม่สามารถรักษาบุคลากรได้เนื่องจากค่าตอบแทนน้อย หากปัญหาเหล่านี้ยังไม่ได้รับการแก้ไข คาดว่าในอนาคตคนไทยจำนวนมากจะเสียชีวิต หรือเจ็บป่วยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ด้อยคุณภาพและเป็นอันตรายต่อชีวิต อีกทั้งยังทำให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นใน อย. และประเทศไทยจะต้องสูญเสียตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ให้กับคู่แข่งในอาเซียน

๑๐.๒ สถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างประเทศ^{๑๑}

หน่วยงานที่ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในแต่ละประเทศมีชื่อเรียก และขอบเขตการดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ต่างกันไป มีดังนี้

๑) **ประเทศสหรัฐอเมริกา** มีชื่อว่า Food and Drug Administration หรือเรียกสั้นๆ ว่า FDA สำหรับ FDA ของสหรัฐอเมริกานั้น มีกำลังเจ้าหน้าที่กว่าหนึ่งหมื่นสามพันคน โดยมีขอบเขตงานกว้าง และหลากหลายมาก รับผิดชอบภาพรวมของผลิตภัณฑ์อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง รวมถึงผลิตภัณฑ์สัตว์ และยาสูบ และมีการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น หน่วยงานควบคุมการโฆษณา หน่วยงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น

๒) **ประเทศจีน** มีชื่อว่า National Medical Products Administration หรือเรียกสั้นๆ ว่า NMPA เน้นการดูแลเรื่องความปลอดภัยในอาหาร ยา เครื่องสำอาง และวัสดุทางการแพทย์เป็นหลัก ไม่ได้มีหน้าที่ควบคุมเรื่องผลิตภัณฑ์สัตว์ ยาสูบ หรือ วัตถุเสพติด

๓) **สหภาพยุโรป** มีหน่วยงานกลางรับผิดชอบ คือ European Medical Agency หรือ EMA มีผู้เชี่ยวชาญช่วยพิจารณาตำรับยากว่าสามพันคนทั่วยุโรป ซึ่งมีขอบเขตงานเฉพาะเรื่อง “ยา” เท่านั้น ส่วนด้านอื่นๆ อาทิ เครื่องมือแพทย์ อาหารและเครื่องสำอางนั้น จะมีคณะกรรมการเฉพาะเรื่องนั้นๆ

๔) **ประเทศออสเตรเลียและญี่ปุ่น** หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ จะรับผิดชอบเฉพาะเรื่อง ยา และเครื่องมือแพทย์ เท่านั้น ส่วนเรื่องอาหาร และเครื่องสำอาง เป็นหน้าที่ของหน่วยงานอื่น

๒. ยุทธศาสตร์ขององค์การ (Strategy)^{๑๔}

“ยุทธศาสตร์ ออย. ให้ความสำคัญทั้งการคุ้มครองผู้บริโภค และส่งเสริมผู้ประกอบการ เพื่อให้ประเทศไทย “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”

จากนโยบาย Thailand ๔.๐ ของรัฐบาลที่ใช้ขับเคลื่อนอนาคตประเทศสู่วิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ส่งผลให้การกำหนดยุทธศาสตร์ของ ออย. ต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับเป้าหมายของรัฐบาล โดยมีเป้าหมายคือ ผู้บริโภคปลอดภัย ผู้ประกอบการก้าวไกล ระบบคุ้มครองสุขภาพไทยยั่งยืน เน้นการพัฒนาปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ด้วยการทำงานเชิงรุกมากกว่าเชิงรับ นำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ และให้ความสำคัญกับงานส่งเสริมผู้ประกอบการมากขึ้น ตั้งแต่การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ธุรกิจรวมถึงส่งเสริมผู้ประกอบการให้พัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพนวัตกรรม ซึ่งจะนำมาสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ สำหรับงานควบคุม กำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีคุณภาพและปลอดภัยยังคงต้องดำเนินการต่อเนื่องจากแผนฉบับเดิมควบคู่ไปกับการพัฒนาผู้บริโภคให้มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่เพิ่มเติมการพัฒนาและส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้เครื่องมือตรวจสอบในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบเลขผลิตภัณฑ์สุขภาพได้ด้วยตัวเอง ด้วยเครื่องมือที่เข้าถึงง่าย ไม่ยุ่งยาก เพื่อสร้างความมั่นใจในการเลือกซื้อและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ โดยสรุปยุทธศาสตร์การดำเนินงานในช่วงต่อไป มีทั้งหมด ๔ ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ๑) พัฒนาระบบและกลไกการควบคุม กำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก และเป็นมาตรฐานสากล (Smart Regulation)
- ๒) ส่งเสริมและพัฒนาให้ผู้บริโภคมีความรอบรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Smart Consumer)
- ๓) พัฒนางานบริการสู่ความเป็นเลิศและให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขัน (Smart Service)
- ๔) พัฒนาและยกระดับองค์การให้มีสมรรถนะสูง (Smart Organization)

๓. ระบบงาน (Systems)^{๑๖}

๓.๑ ระบบงาน ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (ออย.)

ออย. นำระบบคุณภาพตามมาตรฐานสากลมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการกระบวนการ ตั้งแต่ปี ๒๕๖๐ จนถึงปัจจุบัน ออย. ได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO ๙๐๐๑:๒๐๑๕ และ ISO ๒๗๐๐๑:๒๐๑๓ ทั่วทั้งองค์กร โดยนำแนวทางบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน ISO ๓๑๐๐๐ มาใช้ในการวัดและประเมินผลข้อกำหนดที่สำคัญอย่างเป็นระบบ เนื่องจากความเสี่ยงจะเป็นตัวบ่งบอกว่า อะไรควรต้องวัด อะไรที่ต้องติดตามและประเมินผล ซึ่ง ออย. ได้ระบุความเสี่ยงต่าง ๆ และดำเนินการจัดการอย่างเหมาะสม ส่งผลให้ผลผลิต การบริการและกระบวนการทำงานขององค์กรสอดคล้องตามข้อกำหนดที่ต้องการ รวมถึงสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ ทั้งนี้กระบวนการบริหารความเสี่ยงของ ออย. เริ่มจากการสำรวจปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อข้อกำหนดที่สำคัญของผลผลิต การบริการและกระบวนการทำงาน เพื่อนำมาพิจารณาความเสี่ยงขององค์กร เมื่อระบุความเสี่ยงได้แล้วจะประเมินระดับความเสี่ยงเพื่อพิจารณาว่าความเสี่ยงใดเป็นความเสี่ยงที่มีความสำคัญและต้องดำเนินการ เร่งด่วน โดยความเสี่ยงที่สำคัญ ออย. จะจัดทำมาตรการในการจัดการหรือแผนการดำเนินงาน เพื่อให้ความเสี่ยงนั้นลดระดับลง พร้อมทั้งบูรณาการเข้ากับแผนงาน/โครงการที่มีอยู่ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์คุณภาพขององค์กร รวมถึงนำไปใช้กับกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงนั้นๆ และจะมีการติดตามประเมินผลมาตรการต่าง ๆ ที่นำมาใช้ว่ามีประสิทธิผลตามที่ต้องการหรือไม่ อย่างน้อยปีละ ๒ ครั้ง (๖ เดือน และ ๑๒ เดือน) นอกจากนี้ ยังจัดทำมาตรการควบคุม (control) เพื่อให้สามารถป้องกัน (prevention) หรือตรวจจับ (detection) ความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

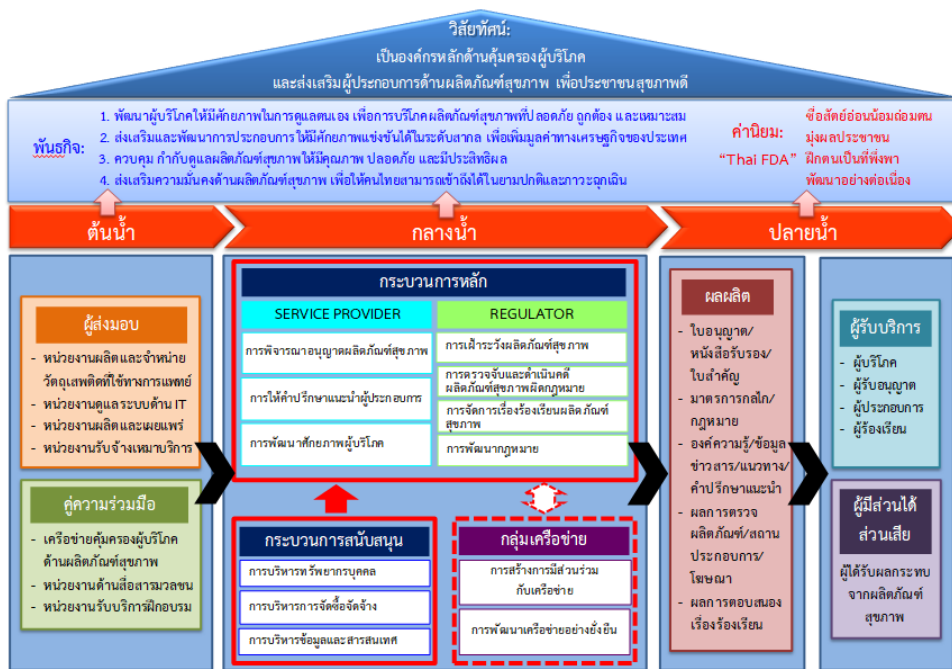
^{๑๔} แผนปฏิบัติการ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

^{๑๖} รายงานผลการดำเนินการพัฒนาองค์การ (Application Report) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ และ พ.ศ. ๒๕๖๔

อีกหนึ่งแนวทางที่ ออย. นำมาใช้ในการติดตามประเมินผลเพื่อให้มั่นใจว่าความเสี่ยงที่ได้รับการจัดการแล้วจะไม่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของผลผลิต การบริการและกระบวนการทำงาน คือ การตรวจประเมินภายใน (Internal Audit) ซึ่งจะประเมินความสอดคล้องตามข้อกำหนดที่สำคัญของผลผลิต การบริการและกระบวนการทำงาน ดังนั้น ออย. จึงกำหนดความถี่ในการตรวจประเมินภายใน ปีละ ๑ ครั้ง ในช่วงเดือนมีนาคมของทุกปี โดยจัดทำแผนการตรวจและแต่งตั้งคณะผู้ตรวจประเมินระดับกรม ๑๙ ทีม ดำเนินการตรวจในรูปแบบ Cross Check และกำหนดหลักเกณฑ์การตรวจประเมิน คือ (๑) ตรวจตามข้อกำหนด ISO ๙๐๐๑:๒๐๑๕ และ (๒) ตรวจตามกระบวนการและภารกิจหลักของหน่วยงาน ได้แก่ วิธีการ/ขั้นตอนการปฏิบัติตามคู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน (SOP) การวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงของกระบวนการ ตัวชี้วัดที่แสดงประสิทธิภาพของกระบวนการ เป็นต้น ตลอดจนรับการตรวจประเมินระบบคุณภาพ ISO ๙๐๐๑:๒๐๑๕ และ ISO ๒๗๐๐๑:๒๐๑๓ จากหน่วยงานภายนอก ปีละ ๑ ครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่า ออย. ยังคงรักษาไว้ซึ่งกระบวนการคุณภาพได้อย่างต่อเนื่อง

๓.๒ กระบวนการทำงาน ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (ออย.)

ออย. กำหนดกระบวนการทำงานที่สำคัญเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ พิจารณาจากปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร คือ (๑) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ กรอบการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) นโยบายรัฐบาล แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายประเทศไทย ๔.๐ ยุทธศาสตร์กระทรวงสาธารณสุข หลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สารสนเทศความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ (๒) ปัจจัยภายใน ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม ยุทธศาสตร์ ความท้าทายและความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ของ ออย. นโยบายผู้บริหาร บทบาทหน้าที่ ตามกฎหมาย กฎระเบียบราชการ สมรรถนะหลักองค์กร แนวทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค ทั้งข้อมูลปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจะถูกนำมาเป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์กระบวนการทำงานที่สำคัญ (ดังภาพที่ ๓)



ภาพที่ ๓ ห่วงโซ่คุณค่าของ ออย. (Value Chain)

ออย. กำหนดกระบวนการหลักที่สำคัญ ๗ กระบวนการ ได้แก่ (๑) การพิจารณาอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ (๒) การให้คำปรึกษาแนะนำผู้ประกอบการ (๓) การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (๔) การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ (๕) การตรวจจับและดำเนินคดีผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย (๖) การจัดการเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ

และ (๗) การพัฒนากฎหมาย โดยมีขั้นตอนการออกแบบกระบวนการที่สำคัญ ดังนี้ (๑) กำหนดกระบวนการ โดยกำหนดขอบข่ายความต้องการให้ชัดเจน พิจารณาจากผลผลิตและบริการที่ส่งมอบให้ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแต่ละกระบวนการ (๒) กำหนดเป้าหมายและแผนงาน ที่สอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ขององค์กร โดยดำเนินการในขั้นตอนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประจำปี (๓) ค้นหาความต้องการและความคาดหวัง ของผู้รับบริการ เจ้าของกระบวนการ ผู้ส่งมอบ คู่ความร่วมมือ ระบบงานต่าง ๆ (๔) กำหนดแนวทางปรับปรุง โดยแปลงข้อกำหนดมาเป็นผลลัพธ์และตัวชี้วัดภายในกระบวนการที่คำนึงถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าทุกกระบวนการสามารถตอบสนองความต้องการและข้อกำหนดที่สำคัญ (๕) นำไปปฏิบัติ ด้วยการจัดทำเอกสารขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Procedure Manual/Work Instruction) และรวบรวมเอกสารดังกล่าวไว้ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ประกาศและสื่อสารให้บุคลากรรับทราบและนำไปปฏิบัติ ซึ่งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคสามารถเข้าถึงได้ ทำให้สามารถตรวจสอบและควบคุมการปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามข้อกำหนดที่สำคัญ (๖) การวัดผล กำหนดวิธีการตรวจประเมิน ระยะเวลา ผู้รับผิดชอบ เช่น การตรวจประเมินภายใน การวัดประสิทธิผลของงานตามแผนปฏิบัติการ การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือการตรวจประเมินรับรองคุณภาพจากหน่วยงานภายนอก เป็นต้น (๗) ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจากการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องตามข้อกำหนดที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน หากพบว่าเป็นไปตามข้อกำหนด จะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขและนำเข้าสู่การทบทวนโดยฝ่ายบริหาร (Management Review) ตามวงจรการบริหารงานคุณภาพ (PDCA cycle for QMS) ที่ใช้ในการปรับปรุงกระบวนการและควบคุมอย่างเป็นระบบ

๔. รูปแบบการบริหาร (Style)^{๑๗}

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา (นายแพทย์ไพศาล ดั่นคุ้ม) มอบแนวทางการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยให้บุคลากรของ อย. ใช้เป็นหลักนำในการดำเนินงานด้วย ๕S Strategies ประกอบด้วย

๑) รวดเร็ว : Speed

- ๑.๑) ลดขั้นตอนการให้บริการ
- ๑.๒) ปรับกระบวนการอนุมัติ/อนุญาตให้รวดเร็ว
- ๑.๓) เพิ่มประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

๒) ปลอดภัย : Safety

- ๒.๑) สร้างความรอบรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ๒.๒) สร้างระบบการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ๒.๓) เน้นการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด

๓) ใส่ใจผู้บริโภค : Satisfaction

- ๓.๑) ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง
- ๓.๒) บริการแบบมีอาชีพ
- ๓.๓) โปร่งใส ตรวจสอบได้

๔) สนับสนุน : Supporter

- ๔.๑) สนับสนุนให้ภาคธุรกิจมีขีดความสามารถการแข่งขัน
- ๔.๒) เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

^{๑๗} นโยบายการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา (นายแพทย์ไพศาล ดั่นคุ้ม)

๕) ยั่งยืน : Sustainability

- ๕.๑) สร้างความมั่นคงทางยาและเวชภัณฑ์
- ๕.๒) เพิ่มศักยภาพการจัดการในภาวะฉุกเฉิน
- ๕.๓) บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในงาน และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

๕. บุคลากร (Staff)

๕.๑ อัตรากำลังคน^{๑๓}

อัตรากำลังบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ปัจจุบันมีข้าราชการ ๗๖๗ อัตรากำลังประจำ ๒๑ อัตรากำลังพนักงานราชการ ๑๐๙ อัตรากำลังลูกจ้างประจำเงินทุนหมุนเวียนยาเสพติด ๒๘ อัตรากำลังพนักงานเงินทุนหมุนเวียนยาเสพติด ๓๙ อัตรากำลังรวมทั้งสิ้น ๙๖๔ อัตรากำลัง (ข้อมูล ณ วันที่ ๑๙ ก.พ. ๖๔) ดังตารางที่ ๕

ตารางที่ ๕ แสดงอัตรากำลังบุคลากรทั้งหมด ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ประเภทบุคลากร	จำนวนรวม		ระดับการศึกษา				ช่วงอายุ			เพศ	
	กรอบอัตรากำลัง	อัตรากำลังจริง	<ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	Gen Y ๒๒-๓๙ ปี	Gen X ๔๐-๕๔ ปี	Gen BB ๕๕-๖๐ ปี	ชาย	หญิง
๑. ข้าราชการ	๗๖๗	๗๐๑	-	-	-	-	-	-	-	-	-
๑.๑ ประเภทบริหาร	๔	๓	-	๒	๑	-	-	๑	๒	๒	๑
๑.๒ ประเภทอำนวยการ	๑๒	๑๑	-	๕	๕	๑	-	๗	๔	๖	๕
๑.๒ ประเภทวิชาการ	๖๖๖	๖๑๓	-	๒๙๘	๒๘๓	๓๒	๓๑๐	๒๕๕	๔๘	๑๒๕	๔๘๘
๑.๓ ประเภททั่วไป	๘๕	๗๔	๒๘	๔๒	๔	-	๑๙	๒๖	๒๙	๖	๖๘
๒. ลูกจ้างประจำ	๒๑	๒๑	๒๑	-	-	-	-	๘	๑๓	๑๘	๓
๓. พนักงานราชการ	๑๐๙	๑๐๐	๑๘	๘๒	-	-	๖๘	๓๐	๒	๑๓	๘๗
๔. ลูกจ้างประจำเงินทุนหมุนเวียนยาเสพติด	๒๘	๒๘	๑๙	๙	-	-	-	๑๓	๑๕	๗	๒๑
๕. พนักงานเงินทุนหมุนเวียนยาเสพติด	๓๙	๓๘	๕	๓๓	-	-	๑๘	๑๙	๑	๑๒	๒๖
รวม	๙๖๔	๘๘๘	๙๑	๔๗๑	๒๙๓	๓๓	๔๑๕	๓๕๙	๑๑๔	๑๘๙	๖๙๙

หมายเหตุ Gen BB ๕๕-๖๐ ปี เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. ๒๔๘๙-๒๕๐๗
 Gen X ๔๐-๕๔ ปี คนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๐๘-๒๕๒๒
 Gen Y ๒๒-๓๙ ปี คนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๒๓-๒๕๔๐

จากข้อมูลอัตรากำลังดังกล่าวข้างต้นนั้น ไม่เพียงพอกับปริมาณงานที่เพิ่มมากขึ้นตามภารกิจทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินงานอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยการขออัตรากำลังเพิ่มเติมเป็นเรื่องที่กระทำได้ยากจะต้องดำเนินการตามมาตรการบริหารจัดการกำลังคนภาครัฐ (พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๕) ถึงแม้จะมีการจ้างงานตามระเบียบพัสดุเพื่อช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงานแล้วก็ตาม แต่อำนาจหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายหรือการดำเนินการที่สำคัญมีเพียงข้าราชการเท่านั้นที่มีอำนาจในการแก้ไขปัญหาหรือตัดสินใจ เช่น ปัญหาการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพเบื้องต้น การพิจารณาผ่อนผันการนำเข้า การถอนอายุต์ การดำเนินการทางคดีต่าง ๆ ตลอดจนการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะนำมาซึ่งการนำเข้า/ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้นทั้งในด้านปริมาณ และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกฎ ระเบียบ การซื้อขายสินค้าระหว่างประเทศที่มีมาตรฐานการควบคุม เป็นต้น นอกจากนี้การที่บุคลากรรับผิดชอบงานในปริมาณมากขึ้นทำให้การปฏิบัติงานอาจล่าช้า ส่งผลให้การบริการแก่ประชาชนไม่ทั่วถึง ผลสัมฤทธิ์ของงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย บุคลากรขาดโอกาสในการพัฒนาตนเองเนื่องจากภาระงานที่รับผิดชอบยังไม่บรรลุผลและหากขาดบุคลากรที่ปฏิบัติงานประจำไปทำให้ ไม่สามารถเตรียมบุคลากรทดแทนได้ทัน ปัญหาดังกล่าวอาจ

ส่งผลให้ไม่สามารถรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพไว้กับองค์กรได้ปัญหาที่ตามมาคือการสูญเสียบุคลากรที่มีคุณภาพในอนาคต จากประเด็นปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กรในระยะยาว สำนักงานฯ ต้องพิจารณาเพื่อวางแผนทางป้องกันและแก้ไข ดังนี้

๑) การปรับปรุงกรอบตำแหน่ง เป็นการพิจารณาปรับปรุงกรอบตำแหน่งขององค์กรใหม่ เพื่อให้ตำแหน่งในแต่ละหน่วยงานสะท้อนความจำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ราชการได้จริง หรืออาจพิจารณากำหนดเงินค่าตอบแทนให้กับบางตำแหน่งเพื่อเป็นการลดความเหลื่อมล้ำของสิทธิประโยชน์ที่บุคลากรที่รับภาระหน้าที่ที่คล้ายคลึงกันลง นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ต้องพิจารณาการกำหนดตำแหน่งในระดับสูงเพิ่มเติม เพื่อรองรับภารกิจในการส่งเสริมและคุ้มครองผู้บริโภคทั่วทั้งประเทศที่ทวีความสลับซับซ้อนมากขึ้นจากผลของเทคโนโลยีและสถานการณ์ในยุค Thailand ๔.๐ ดังนั้นการกำหนดตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญ หรือการแบ่งหน่วยงานในระดับสำนักเพื่อมารับภารกิจเหล่านี้จึงอาจมีความจำเป็นยิ่งในอนาคต รวมถึงในระยะยาวองค์กรอาจพิจารณาให้มีการจ้างพนักงานราชการ หรือลูกจ้างมาช่วยในงานเอกสาร งานสารบรรณ หรืองานสนับสนุนขององค์กรแทนตำแหน่งเจ้าพนักงานธุรการเมื่อบุคลากรในตำแหน่งมีการเกษียณหรือโอน ย้าย ออกไปในอนาคต

๒) จัดทำแผนเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) เป็นประเด็นที่สำคัญในการสร้างขวัญกำลังใจให้กับข้าราชการ เนื่องจากการมองเห็นเส้นทางความก้าวหน้าและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน จะสร้างความยุติธรรม และผลักดันให้ข้าราชการเกิดการพัฒนา เพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถเก็บรักษาคนเก่งที่มีความรู้ ความสามารถไว้กับองค์กรได้ในระยะยาว

๓) จัดทำแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) การที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีแนวโน้มที่จะสูญเสียบุคลากรในตำแหน่งระดับสูงในระยะเวลาอันใกล้นี้ การสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่งจึงเป็นประเด็นที่สำคัญและต้องได้รับการดำเนินการเป็นการเร่งด่วน เพื่อไม่ให้เกิดการปฏิบัติงานขององค์กรต้องประสบกับปัญหาขัดข้องต่างๆ อีกทั้งยังเป็นการสร้างหลักเกณฑ์การคัดเลือกที่นำมาซึ่งความโปร่งใส ยุติธรรมกับบุคลากรเอง และเป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมให้กับข้าราชการก่อนที่จะก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งที่สำคัญเหล่านี้

๔) จัดทำแผนการพัฒนาบุคลากร (Development Plan) และการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ สามารถนำไปใช้ปฏิบัติงานในหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การจัดทำแผนการจัดการความรู้ เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้บุคลากรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทั้งจากผู้ที่ได้มีโอกาสไปฝึกอบรมในหัวข้อต่างๆ และจากบุคลากรที่มีความรู้ ประสบการณ์ในงาน ทั้งนี้จะช่วยให้เกิดการพัฒนาแบบบูรณาการ และยังเป็นการรักษาความรู้เชิงเทคนิค ความรู้เฉพาะทางขององค์กรไม่ให้สูญหายไปกับบุคลากรหลังจากที่เกษียณอายุราชการไปแล้ว

โดยในระยะ ๑๐ ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๗๒) พบว่า มีอัตราการสูญเสียกำลังคนจากการเกษียณอายุราชการ รวมทั้งสิ้น ๑๔๖ อัตรา

ตารางที่ ๖ แสดงอัตราการสูญเสียกำลังคนจากการเกษียณอายุราชการ ๑๐ ปี จำแนกตามสายงาน

ชื่อตำแหน่งในสายงาน	ปีงบประมาณ										รวม	
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑	๒๕๗๒	จำนวน	ร้อยละ
นักบริหาร	-	-	-	๒	-	๑	-	-	-	-	๓	๒.๐๖
ผู้อำนวยการเฉพาะด้าน (เภสัชกรรม)	-	-	๑	-	-	๑	๑	-	-	-	๓	๒.๐๖
ผู้อำนวยการเฉพาะด้าน (วิชาการอาหารและยา)	-	๑	-	-	-	-	๑	-	-	-	๒	๑.๓๗
เภสัชกร	๒	๒	๕	๔	๖	๘	๑๐	๖	๔	๖	๕๓	๓๖.๓๐

ตารางที่ ๖ แสดงอัตราการสูญเสียกำลังคนจากการเกษียณอายุราชการ ๑๐ ปี จำแนกตามสายงาน (ต่อ)

ชื่อตำแหน่งในสายงาน	ปีงบประมาณ										รวม	
	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๗๑	๒๕๗๒	จำนวน	ร้อยละ
นักวิชาการอาหารและยา	๒	-	-	๔	๑	๑	๒	๒	๒	๔	๑๘	๑๒.๓๓
นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	-	-	-	๑	๑	๑	๑	-	-	๑	๕	๓.๔๒
นักทรัพยากรบุคคล	๑	-	๑	-	-	-	-	-	-	๑	๓	๒.๐๖
นักวิชาการคอมพิวเตอร์	-	-	-	-	-	-	-	-	๑	-	๑	๐.๖๘
นักวิชาการเงินและบัญชี	๑	-	-	-	-	๑	-	-	-	-	๒	๑.๓๗
นวก.ตรวจสอบภายใน	๑	-	-	-	-	-	-	-	-	-	๑	๐.๖๘
นักวิชาการเผยแพร่	๒	๑	-	-	๑	๑	-	-	-	๑	๖	๔.๑๑
นักจัดการงานทั่วไป	-	๑	๑	๑	-	๑	-	-	-	๑	๕	๓.๔๒
นักวิชาการพัสดุ	-	-	๑	-	-	-	-	-	-	-	๑	๐.๖๘
นิติกร	-	๑	-	๑	-	-	๑	-	-	-	๓	๒.๐๖
เจ้าพนักงานธุรการ	๒	๕	๖	๖	๕	๑	๔	๕	๑	๑	๓๖	๒๔.๖๖
เจ้าพนักงานการเงินและบัญชี	-	-	๑	-	๒	๑	-	-	-	-	๔	๒.๗๔
รวม	๑๑	๑๑	๑๖	๑๙	๑๖	๑๗	๒๐	๑๓	๘	๑๕	๑๔๖	๑๐๐

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีอัตราการสูญเสียจากการเกษียณอายุราชการ ๑๐ ปี ข้างหน้า จำนวน ๑๔๖ อัตรา จากจำนวนข้าราชการที่มีคนครองในปัจจุบัน ๗๖๗ อัตรา คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๐๔ โดยมีอัตราการสูญเสียสูงสุดใน ๓ สายงาน คือ สายงานเภสัชกร และสายงานนักวิชาการอาหารและยา และสายงานเจ้าพนักงานธุรการ โดยสาเหตุการสูญเสียกำลังคนของสำนักงานฯ ทั้งหมดจากสาเหตุการเกษียณอายุราชการ ลาออก ให้โอน และเสียชีวิต ทั้งนี้ สำนักงานฯ อาจมีระบบการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพื่อรักษาบุคลากร ให้มีความรักองค์กรทำให้อัตราการสูญเสียจากการลาออกลดน้อยลงในอนาคต ดังนั้นจึงควรมีการเตรียมกำลังคน เพื่อรองรับการสูญเสียกำลังคน ดังนี้

๑) วางแผนสร้างความต่อเนื่องในการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) รวมทั้งการวางระบบ การจัดการความรู้ (Knowledge Management) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานมีองค์ความรู้ที่รองรับปฏิบัติงานอย่าง ต่อเนื่องและไม่ขาดช่วง

๒) จัดทำเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ทุกสายงาน และวางแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) ที่เหมาะสม

๓) เพิ่มศักยภาพกำลังคนที่มีอยู่ในปัจจุบัน จากการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะและสมรรถนะ โดยการปฏิบัติงานที่ต้องการทักษะที่หลากหลาย สามารถปฏิบัติงานตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่าง มีประสิทธิภาพทั้งในภาวะวิกฤติ หรือสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง

๔) พัฒนาระบบและวงกลมเพื่อให้อุบลการมีความทุ่มเทและผูกพันต่อองค์กร (Engagement) รวมทั้งพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริมความสัมพันธ์และสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อดึงดูดและรักษาคคนไว้ในองค์กร และลดอัตราการสูญเสียกำลังคนที่มีคุณภาพที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

๕) พัฒนาระบบฐานข้อมูลกำลังคนทุกประเภทให้เป็นปัจจุบัน ถูกต้อง และครบถ้วน ตลอดจนส่งเสริมให้มีการนำข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยและสารสนเทศด้านกำลังคน มาใช้วิเคราะห์ ประกอบการวางแผนการบริหารและพัฒนากำลังคนอย่างเป็นรูปธรรม

๕.๒ การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management : HRM)^{๑๓}

“บุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักในการผลักดันให้ภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประสบความสำเร็จตามที่กำหนดไว้ รวมทั้งการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์และพันธกิจ”

ดังนั้นการบริหารทรัพยากรบุคคลในทุกๆ ด้าน ตั้งแต่การวางแผนกำลังคน การสรรหา การคัดเลือก การพัฒนาระบบบริหารผลการปฏิบัติงานและการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร การเสริมสร้างปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถมีสมรรถนะสอดคล้องตามเป้าหมายและยุทธศาสตร์ของสำนักงานฯ ทำให้บุคลากรมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์และมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน โดยสำนักงานฯ ใช้แนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคล ดังนี้



ภาพที่ ๔ แนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคล

การดำเนินการบริหารทรัพยากรบุคคลในปัจจุบัน ดำเนินงานด้านการวางแผนกำลังคน สรรหาและคัดเลือกบุคลากรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยปฏิบัติตามวิธีการและหลักเกณฑ์ตามที่สำนักงาน ก.พ. กำหนด พัฒนาระบบค่าตอบแทนเป็นไปตามผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีระบบสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้แก่บุคลากรในสำนักงานฯ นอกเหนือจากที่รัฐจัดให้ ได้แก่ ตรวจสอบสุขภาพประจำปี รถรับ-ส่ง ส่วนลดคูปองอาหาร ชุดกาต้มน้ำ ศูนย์สายสัมพันธ์แม่ลูก ออย. ร้านค้าสวัสดิการ เป็นต้น มีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ โปร่งใสและเป็นธรรม การให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของบุคลากร เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพ มีการยกย่องเชิดชูบุคลากรที่ประพฤติปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีอย่างต่อเนื่อง

๖. ความรู้ความสามารถ (Skills) ตามที่องค์กรต้องการ^{๑๔}

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีภารกิจปกป้องและคุ้มครองสุขภาพของประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ถูกต้องด้วยข้อมูลทางวิชาการที่มีหลักฐานเชื่อถือได้เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย และสมประโยชน์ โดยนำหลักการด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงและระบาดวิทยาด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมาใช้ในการพัฒนาการบังคับใช้กฎหมายที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาด้านวิชาการที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้บริโภค และการสร้างเครือข่ายการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อนำไปสู่องค์กรที่มีสมรรถนะสูงและสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาบุคลากรภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕ ของสำนักงาน ก.พ. ซึ่งบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาควรมีองค์ความรู้และทักษะตามสายงานใน ๗ เรื่องดังนี้

๑) ความรู้เกี่ยวกับวิทยาการกำกับดูแลยาหรือผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Pharmaceutical Regulatory Sciences) ซึ่งเป็นการบูรณาการองค์ความรู้ของสหสาขาวิชาต่างๆ เช่น วิศวกรรมศาสตร์ นิติศาสตร์ บริหารรัฐกิจ เศรษฐศาสตร์ เทคนิคการแพทย์ เทคโนโลยีการผลิต ระบาดวิทยา และอื่นๆ

^{๑๓} แผนแม่บทการบริหารทรัพยากรบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ – ๒๕๗๐ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

๒) ความรู้ในเชิงวิชาการและเทคโนโลยีด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่เน้นการพัฒนาระบบการกำกับดูแล ตรวจสอบ เผ่าระวัง ให้มีประสิทธิภาพทัดเทียมสากล เช่น ด้านเภสัชจลนศาสตร์ (Pharmacokinetic) ในการตรวจสอบทะเบียนยาและการประเมินประสิทธิผลของยา การศึกษาวิจัยทางคลินิกของยาใหม่ใน Phase I/II และความรู้ด้าน Pharmaceutical Cosmetic การพัฒนาสูตรตำรับเครื่องสำอาง การพัฒนาโภชนาเภสัช (Nutraceutical) เพื่อให้ทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ในอนาคต

๓) ความรู้เรื่องการจัดการเทคโนโลยีด้านอาหาร เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายเชิงลึกมุ่งเน้นความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อาหาร และองค์ประกอบของอาหารที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการเชิงลึก

๔) ความรู้ที่สนับสนุนการพัฒนาระบบการกำกับดูแล ตรวจสอบ เผ่าระวัง ให้มีประสิทธิภาพทัดเทียมสากล เน้นองค์ความรู้ด้านกฎหมายที่ทันสมัย มีความสอดคล้องกับสถานการณ์และมาตรฐานสากลบนพื้นฐานข้อมูลทางวิทยาศาสตร์และการวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk Analysis) เช่น องค์ความรู้ Health Research, Pharmacoepidemiology, Pharmacovigilance เป็นต้น

๕) ความรู้ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ให้มีพฤติกรรมกรบิโรภคที่ถูกต้อง เหมาะสม ตลอดจนองค์ความรู้ใหม่ๆ จากการศึกษาวิจัย และการจัดการความรู้ที่เป็นระบบ

๖) ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ขับเคลื่อนกระบวนการทำงานของ อย. เช่น Single Window, AI (Artificial Intelligence) ทุนยนต์ การบริหารข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) และ Data Science

๗) หลักสูตรการสร้างนวัตกรรมในองค์กร เพื่อบุคลากรสามารถสร้างนวัตกรรม หรือต่อยอดนวัตกรรมเดิม ในการปฏิบัติงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของ อย.

ตามแนวทางการพัฒนาบุคลากรภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕ ของสำนักงาน ก.พ. ได้กำหนดผลลัพธ์สุดท้ายของการพัฒนาบุคลากรไว้ว่า “เป็นผู้ที่มองภาพใหญ่และเข้าใจภารกิจขององค์กร” จึงได้กำหนดกรอบทักษะที่จำเป็นในการขับเคลื่อนการปฏิรูปภาครัฐและสร้างผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อภาครัฐและประชาชนไว้ ๒ กลุ่ม ๑๐ ทักษะ ดังนี้

๑) ทักษะเชิงยุทธศาสตร์ เป็นทักษะที่สำคัญในการตอบสนองต่อบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในมิติของการทำงานและการใช้ชีวิต รวมทั้งนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงในภาครัฐได้ โดยมี ๔ ทักษะ ได้แก่ ทักษะดิจิทัล ทักษะการสื่อสารโน้มน้าว ทักษะการคิดอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์ และทักษะการคิดวิเคราะห์และวิพากษ์

๒) ทักษะด้านภาวะผู้นำ เป็นทักษะที่ช่วยให้บุคลากรสามารถบริหารจัดการงานของตนเองได้ ตามบทบาทหน้าที่ รวมทั้งเตรียมความพร้อมตนเองในการเติบโตตามเส้นทางอาชีพ โดยมี ๖ ทักษะ ได้แก่ การยึดมั่นในมาตรฐานจริยธรรมและความเป็นมืออาชีพ การกำหนดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ การพัฒนาตนเองและผู้อื่น และสร้างการมีส่วนร่วมในองค์กร การสร้างและส่งเสริมให้เกิดการทำงานบูรณาการและความร่วมมืออย่างเต็มที่ การผลักดันให้เกิดนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง และการผลักดันให้เกิดการปฏิบัติและผลสัมฤทธิ์

ดังนั้น เพื่อให้บรรลุตามภารกิจของหน่วยงาน และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาบุคลากรภาครัฐของสำนักงาน ก.พ. การพัฒนาบุคลากรในสาขาวิชา/ ความรู้ที่จำเป็น แบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ การศึกษาต่อในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี และการฝึกอบรมระยะสั้น โดยในแต่ละปีจะมีการจัดประชุมเพื่อเสนอหลักสูตรการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น และสรรหาผู้ที่เหมาะสมอยู่แล้ว และมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาหรือแก้ไข ดังนี้

๑) ควรมีการทบทวนสมรรถนะหลักขององค์กร และองค์ความรู้ในการปฏิบัติงานที่ขาดไป ทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อนำไปสู่การกำหนดสมรรถนะของบุคลากรต่อไป

๒) ควรมีการประเมินสมรรถนะผู้บริหารและบุคลากร อย.แบบ ๓๖๐ องศา เพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย รวมทั้งจัดโปรแกรมเสริมทักษะ (On the job training)

๓) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาควรหาวิธีการพัฒนาบุคลากรให้หลากหลายรูปแบบ และจัดหัวข้ออบรมที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงอายุ โดยนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการการเรียนรู้

(Learning Management System) ระบบการจัดการข้อมูลความรู้ (Knowledge Management System) การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ผ่านช่องทางต่างๆ แอปพลิเคชันออนไลน์ต่างๆ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งมีวิธีการประเมินประสิทธิผล และประสิทธิภาพของระบบการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากร

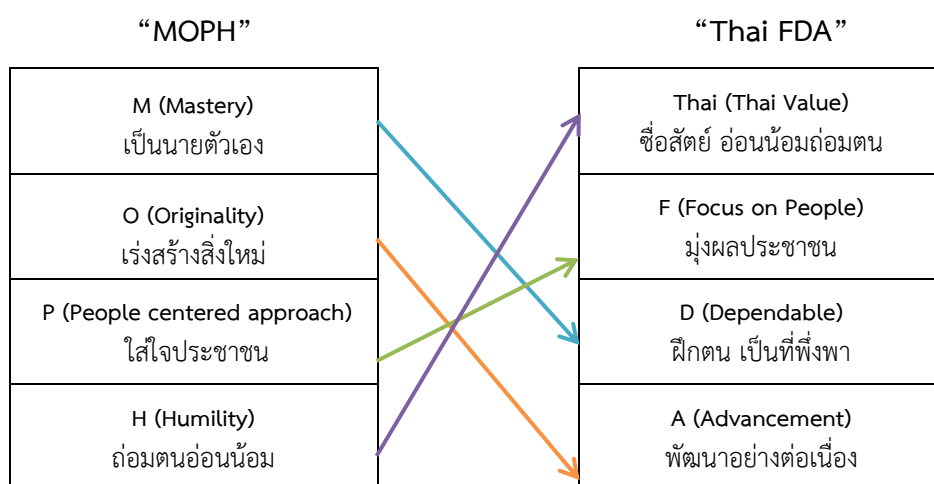
๔) ข้าราชการใหม่ควร Rotate งานในกองให้ครบทุกงาน ซึ่งเป็นการเรียนรู้โดยการปฏิบัติงานจริง เพื่อให้รู้จักงาน และรู้จริง แล้วกลับไปทำงานในตำแหน่งที่บรรจุ รวมถึงบุคลากรเดิมควร Rotate งานภายในกอง หรือภายนอกกอง

๕) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาควรจัดทำฐานข้อมูลพัฒนาบุคลากรที่สนับสนุนความต้องการขององค์กร โดยมีรายชื่อหลักสูตรอบรมที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาบุคลากรภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕ ของสำนักงาน ก.พ. และสมรรถนะที่ขาดของบุคลากรแต่ละคน ซึ่งควรเชื่อมกับแผนเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพด้วย

๖) ควรฝึกอบรมการสร้างบุคลากรที่มีสมรรถนะสูง (HiPPS) จากรุ่นสู่รุ่น โดยเพิ่มทักษะการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น และภาวะผู้นำ

๗. ค่านิยมของบุคลากร (Shared values)^{๑๓}

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีค่านิยมองค์กร Thai FDA เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติร่วมของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับค่านิยมกระทรวงสาธารณสุข MOPH



การกำหนดค่านิยมเป็นแนวคิดร่วมของผู้บริหารและบุคลากรในองค์กรว่า ควรประพฤติกรรมร่วมในการปฏิบัติงานอย่างไร ให้สอดคล้องและผลักดันยุทธศาสตร์ให้บรรลุเป้าหมาย ดังนั้น การมีแผนสื่อสารค่านิยม มีกิจกรรมส่งเสริมหรือขับเคลื่อนค่านิยมสู่การปฏิบัติ จะช่วยให้ค่านิยมร่วมกลายเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่แสดงออกโดยธรรมชาติ

การถ่ายทอดค่านิยมต้องทำอย่างต่อเนื่อง ทุกคนร่วมแรงร่วมใจ ตั้งแต่ผู้บริหารส่วนราชการ ต้องชี้แจงต่อบุคลากรทุกโอกาส และมีทีมงานที่ดี มีทัศนคติดี มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร ทำหน้าที่จัดกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่กิจกรรมเปิดตัว “ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร” กิจกรรมสร้างค่านิยม การศึกษาดูงาน รวมถึงการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการที่หลากหลายและกิจกรรมที่สำคัญที่สุด คือ การสำรวจการรับรู้ ความเข้าใจ พร้อมทั้งวิเคราะห์เปรียบเทียบการเพิ่ม/ลดของคะแนนการรับรู้ด้วย โดยการขับเคลื่อนแผนส่งเสริมและถ่ายทอดค่านิยม Thai FDA เกี่ยวข้องกับบุคลากรทุกคน การที่จะวัดความสำเร็จในการส่งเสริมค่านิยมจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร จำเป็นต้องมีการติดตามประเมินผล เพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้า ปัญหาอุปสรรค ผลกระทบที่เกิดขึ้น อันจะช่วยให้ผู้รับผิดชอบหรือทีมงานที่แต่งตั้งขึ้นพิจารณาหาแนวทางแก้ไขต่อไป โดยการติดตาม

ประเมินผลที่มีประสิทธิผล จะต้องอาศัยตัวชี้วัดความสำเร็จในหลายมิติ ซึ่งได้กำหนดไว้แล้วในแผนขับเคลื่อน ค่านิยม อย. ช้างต้น ดังนี้

๑) ติดตามผลการดำเนินงานกิจกรรมเมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณ โดยจัดทำแบบสอบถาม และใช้แบบสำรวจอื่นๆ ประกอบด้วย สรุปผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ เรื่อง (ซื่อสัตย์) (มุ่งผลประโยชน์) คะแนนความพึงพอใจของผู้รับบริการ (ซื่อสัตย์ มุ่งผลประโยชน์ ผิดคนเป็นที่พึ่งพา) เพื่อนำมา ประมวลผลเกี่ยวกับค่านิยมและวัฒนธรรมของบุคลากรของสำนักงานฯ ในการวัดระดับการรับรู้ และพฤติกรรม ที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในระดับรายบุคคล และระดับองค์กร เพื่อสรุปบทเรียนและจัดทำข้อเสนอแนะสำหรับ พัฒนาการวัดผลสำเร็จในระดับต่อไป

๒) ควรมีกลไกเชื่อมโยงการประเมินผลค่านิยมรายบุคคลกับค่านิยมองค์กรทั้งระดับสำนัก/กอง/กลุ่ม และระดับกรม เพื่อแสดงถึงความสำเร็จของการถ่ายทอดแผนส่งเสริมค่านิยมสู่วัฒนธรรมองค์กร

๓) พัฒนาระบบติดตามประเมินผลที่เหมาะสม ด้วยเทคนิคและวิธีการต่างๆ อย่างหลากหลาย

บทที่ ๔ การประเมินศักยภาพองค์กร

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจัดทำแบบสำรวจบุคลากร อย. เพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. สรุปข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ อย. มีดังนี้

๑) ด้านข้อมูล

อย. เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ (Knowledge Hub) โดยให้ดำเนินการ ดังนี้

๑.๑) พัฒนา และเพิ่มช่องทาง ให้เข้าถึงข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพได้ง่าย และรวดเร็ว

๑.๒) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องให้ผู้บริโภค และผู้ประกอบการ

๑.๓) ปรับปรุงข้อมูลใน website ให้เป็นปัจจุบัน และเข้าใจง่าย และเป็น Version ภาษาอังกฤษ

๒) ด้านการปฏิบัติงาน

๒.๑) ประเด็นนโยบายการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ขอให้ Tele pharmacy เป็นหนึ่งในนโยบายของ อย. ที่จะดำเนินการในอนาคต

๒.๒) พัฒนาระบบงาน และมาตรฐานการทำงานของเจ้าหน้าที่ (ทั้งหน่วยงานภายใน ของ อย. และในส่วนภูมิภาค)

๒.๒.๑) มาตรฐานผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำหน่ายในท้องตลาดควรเป็นมาตรฐานเดียวกัน

๒.๒.๒) พัฒนาการปฏิบัติงานของด่านทุกแห่งให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

๒.๒.๓) ปรับแบบฟอร์มรับมอบอำนาจให้เหมือนกันทุกผลิตภัณฑ์

๒.๒.๔) ปรับปรุงคู่มือประชาชนให้ทันสมัย สอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริง

๒.๒.๕) พัฒนาระบบงาน Pre-marketing ให้เชื่อมโยงตั้งแต่ศูนย์ให้คำปรึกษาไปถึงหน่วยอนุมัติ อนุญาต

๒.๒.๖) พัฒนาระบบ Auto Post-marketing เพื่อ Detect ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกต้อง และเชื่อมโยงกับระบบ Pre-marketing เพื่อสะท้อนไปยังผู้อนุญาต

๒.๒.๗) ให้ทำงานเชิงรุกในการตรวจสอบโฆษณา และสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องให้ผู้ประกอบการ เนื่องจากสถานการณ์ Covid-๑๙ ทำให้มีการของออนไลน์จำนวนมาก บางรายผสมเองแบบ DIY และไม่จดแจ้งกับ อย.

๒.๒.๘) สร้างขวัญกำลังใจ/จ่ายค่าตอบแทนให้กับเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ จากเงินรายได้ที่จัดเก็บ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว

๒.๒.๙) สนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับการทำงาน Work From Home (WFH) กับเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอ เพื่อตอบสนองผู้รับบริการ เนื่องจากต้องรอเจ้าหน้าที่ WFH กลับมาปฏิบัติภารกิจก่อน

๒.๓) ส่งเสริม/สนับสนุนผู้ประกอบการ

๒.๓.๑) รวดเร็ว ตอบสนองทันสถานการณ์

๒.๓.๒) ให้มี Unit หรือ Focal point ที่จะติดต่อประสานงาน หรือรับข้อมูลจากผู้ประกอบการ

๒.๓.๓) ให้มีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ ในช่วงสถานการณ์ Covid-19 เช่น ลด/ยกเว้น

ค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ เป็นต้น

๒.๓.๔) ทบทวนการต่ออายุกรมอบอำนาจรายปีที่ต้องต่อทุกๆ ปี ให้เป็น ๒-๓ ปีได้หรือไม่

๒.๓.๕) กำหนดระยะเวลาการปรึกษาหารือระหว่างส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้ชัดเจน

๒.๔) ปรับปรุงกฎหมาย และกฎระเบียบผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ทันสมัย เป็นธรรมกับผู้ประกอบการ และผู้บริโภค

๓) ด้านเทคโนโลยี

๓.๑) ปรับกระบวนการทำงานของ ออย. ให้เป็น Digital ทุกขั้นตอนและกระบวนการงาน เช่น ยื่นคำขอเอกสารประกอบการพิจารณาคำขอ (ไม่ต้องยื่นชุดจริง) และติดตามสถานะคำขอได้

๓.๒) พัฒนารฐานข้อมูล (เช่น ข้อมูลอนุญาตผลิตภัณฑ์/สถานประกอบการ/โฆษณา ฯลฯ) และเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก และภายใน ออย. เพื่อใช้ข้อมูลร่วมกันได้

๓.๓) พัฒนา Application และ AI เพื่อเป็นเครื่องมือให้ความรู้กับผู้บริโภค

๔) ด้านเจ้าหน้าที่

๔.๑) ทำงานโปร่งใส

๔.๒) ให้ข้อมูลผู้รับบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

๔.๓) ปฏิบัติงานเสมอภาคกับผู้ประกอบการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

๔.๔) สามัคคี เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

โดยขอให้ดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายในทุกงาน อาทิ งาน Pre-marketing Post-marketing และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๒. สรุปความต้องการ ความคาดหวัง และเป้าหมายของบุคลากร ออย. มีดังนี้

- ๑) เป็นมืออาชีพด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศในระดับสากล
- ๒) โปร่งใส รวดเร็วเข้าถึงง่าย เป็นที่ยอมรับของประชาชน
- ๓) ผู้นำด้านกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคของภูมิภาคเอเชีย
- ๔) พัฒนาบุคลากรให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน
- ๕) ส่งเสริมการเรียนรู้เพิ่มความเข้าใจในงานระหว่างกองและคนที่เกี่ยวข้อง
- ๖) พัฒนาคุณภาพชีวิตให้สมดุลมากขึ้น (ความก้าวหน้า มั่นคงสวัสดิการ) เพิ่มอัตรากำลัง (การบรรจุ) และถ่ายโอนภาระงานคืนให้หน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงดำเนินการ เพื่อลดภาระงาน
- ๗) ลดความซ้ำซ้อนของงานปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล
- ๘) ส่งเสริมเศรษฐกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงพาณิชย์
- ๙) Health literacy ทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ และได้รับการพัฒนา Data Science
- ๑๐) นำระบบ IT และดิจิทัลมาใช้เต็มรูปแบบ

ต่อจากนั้นจึงได้ทำการประเมินศักยภาพองค์กร โดยใช้ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานะขององค์กร ว่า องค์กรมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์ขององค์กร โดยมีผลการประเมินสรุปได้ดังตารางที่ ๗

ตารางที่ ๗ ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กร (SWOT analysis)

Strengths : S	Weakness : W
<p>๑. มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนและมีการกระจายอำนาจ (Decentralize) ให้แก่ส่วนภูมิภาคเพื่อให้การบริหารงานและการบริการครอบคลุมทั่วประเทศ</p> <p>๒. มีภาคีเครือข่ายจำนวนมากเพื่อช่วยสนับสนุนงานของ ออย. ให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด</p> <p>๓. ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้องค์กร</p>	<p>๑. หน่วยงานในส่วนภูมิภาคมีจำนวนมาก อาจส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการบริการที่ยังไม่สามารถควบคุม กำกับดูแลได้อย่างทั่วถึง ส่งผลให้ยังมีบางจังหวัดไม่สามารถให้บริการได้ตามมาตรฐาน</p> <p>๒. ไม่มีผลงานด้านการวิจัยเพื่อสร้างและต่อยอดองค์ความรู้อย่างยั่งยืน และไม่มีการบูรณาการองค์ความรู้ร่วมกับหน่วยงานภายนอก</p>

Strengths : S	Weakness : W
<p>สามารถขับเคลื่อนไปสู่การเป็นดิจิทัลได้อย่างรวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์</p> <p>๔. อย. มีทิศทาง เป้าหมายการดำเนินงาน และกฎหมายที่ชัดเจนสามารถใช้เป็นเครื่องมือ ในการควบคุมและปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและเป็นธรรม</p> <p>๕. อย. เป็นแหล่งข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่สำคัญของประเทศ</p> <p>๖. มีคู่มือการปฏิบัติงานที่ชัดเจน</p> <p>๗. มีระบบ e-Submission เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้ประกอบการ</p> <p>๘. มีอุปกรณ์และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่เพียงพอต่อการใช้งาน</p> <p>๙. มีงบประมาณเพียงพอในการบริหารงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>๑๐. มีบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้เฉพาะทาง และหลากหลาย ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่าง มีประสิทธิภาพ</p>	<p>๓. ขาดการถ่ายทอดและเก็บรักษาองค์ความรู้ จากบุคลากรที่มีประสบการณ์สู่บุคลากรรุ่นหลัง</p> <p>๔. การสื่อสาร/ ถ่ายทอดนโยบายสู่การปฏิบัติ ขาดช่วงไม่เป็นไปตามลำดับ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิด การตีความในการปฏิบัติแตกต่างกัน</p> <p>๕. การจัดเก็บข้อมูลยังไม่เป็นระบบ ไม่เชื่อมโยงกัน ไม่สามารถ Respond แบบ Real time เข้าถึงยาก และขาดสารสนเทศต่อการนำมาใช้ประโยชน์</p> <p>๖. ยังไม่มีการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเครือข่ายต่างๆ อย่างทั่วถึงและครอบคลุม</p> <p>๗. บุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้ ทักษะในการตอบ ข้อซักถาม หรือการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ผลิตภัณฑ์สุขภาพให้แก่ผู้ประกอบการ และไม่เป็น มาตรฐานเดียวกัน</p> <p>๘. บุคลากรบางส่วน ยังขาด Mind Set ในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปฏิบัติงาน และการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน</p> <p>๙. บุคลากรขาดการร่วมมือในการทำงานเป็นทีม</p> <p>๑๐. ไม่มีการสร้างขวัญกำลังใจให้กับผู้ปฏิบัติงาน</p>
Opportunities : O	Threats : T
<p>๑. นโยบายของรัฐบาล เรื่อง Digital Economy และระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน ทำให้สามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยน ข้อมูล เพื่อการบริการและการปฏิบัติงานได้อย่าง มีประสิทธิภาพรวดเร็วมากยิ่งขึ้น</p> <p>๒. นโยบายการเข้าถึงยาอย่างทั่วถึง</p> <p>๓. นโยบายสมุนไพร กัญชา กัญชง</p> <p>๔. นโยบายเพิ่มศักยภาพความมั่นคงทางสุขภาพในการ จัดการกับโรคอุบัติใหม่</p> <p>๕. กฎหมายหรือนโยบายภาครัฐสนับสนุนการนำมาใช้ ในการบริหาร และบริการมากยิ่งขึ้น เช่น พ.ร.บ.อำนวยความสะดวก การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน</p> <p>๖. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล</p> <p>๗. การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ</p> <p>๘. ต่างประเทศให้ความสนใจและต้องการผลิตภัณฑ์ สุขภาพมากขึ้น</p>	<p>๑. โรคอุบัติที่อาจเกิดขึ้นใหม่ อาจส่งผลต่อการทำงาน และการบริหารงานขององค์กร</p> <p>๒. ช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นทำให้มีโอกาส ในการกระทำผิดกฎหมายด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ อย่างแพร่หลาย</p> <p>๓. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่ตระหนักถึง การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ได้มาตรฐาน</p>

ตารางที่ ๘ ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix

<p>ปัจจัยภายใน</p> <p>ปัจจัยภายนอก</p>	<p>จุดแข็ง (Strength : S)</p> <p>S๑ : มีการกระจายอำนาจ (Decentralize) ให้แก่ส่วนภูมิภาค เพื่อให้การบริหารงานและการบริการครอบคลุมทั่วประเทศ</p> <p>S๒ : มีภาคีเครือข่ายจำนวนมากเพื่อช่วยสนับสนุนงาน</p> <p>S๓ : ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบดิจิทัลมาใช้ในการปฏิบัติงาน</p> <p>S๔ : อย. มีกฎหมายที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการ ควบคุม และปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและเป็นธรรม</p> <p>S๕ : อย. เป็นแหล่งข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่สำคัญของประเทศ</p> <p>S๖ : มีคู่มือการปฏิบัติงานที่ชัดเจน</p> <p>S๗ : มีระบบ e-Submission เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการ</p> <p>S๘ : มีอุปกรณ์และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เพียงพอต่อการใช้งาน</p> <p>S๙ : งบประมาณเพียงพอในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>S๑๐ : มีบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้เฉพาะทาง ให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามที่องค์กรกำหนดไว้</p>	<p>จุดอ่อน (Weakness : W)</p> <p>W๑ : หน่วยงานในส่วนภูมิภาคมีจำนวนมาก อาจส่งผลต่อมาตรฐานการบริการที่ยังไม่สามารถ ควบคุม กำกับดูแลได้อย่างทั่วถึง ส่งผลให้ยังมีบางจังหวัดไม่สามารถให้บริการได้ตามมาตรฐาน</p> <p>W๒ : ไม่มีการวิจัยเพื่อสร้าง/ต่อยอดองค์ความรู้อย่างยั่งยืน</p> <p>W๓ : ขาดการถ่ายทอดและเก็บรักษาองค์ความรู้จากบุคลากรที่มีประสบการณ์สู่บุคลากรรุ่นหลัง</p> <p>W๔ : การสื่อสาร/ ถ่ายทอดนโยบายสู่การปฏิบัติไม่ชัดเจน และขาดช่วงไม่เป็นไปตามลำดับ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการตีความในการปฏิบัติแตกต่างกัน</p> <p>W๕ : การจัดเก็บข้อมูลยังไม่เป็นระบบ ไม่เชื่อมโยงกัน ไม่สามารถ Respond แบบ Real time เข้าถึงยาก และขาดสารสนเทศต่อการนำมาใช้ประโยชน์</p> <p>W๖ : ยังไม่มีการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเครือข่ายต่างๆ อย่างทั่วถึงและครอบคลุม</p> <p>W๗ : บุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้ ทักษะในการตอบข้อซักถาม หรือการให้คำปรึกษา เกี่ยวกับเรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพให้กับผู้ประกอบการ และไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน</p> <p>W๘ : บุคลากรบางส่วน ยังขาด Mind Set ในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและการปรับตัว ให้ทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน</p> <p>W๙ : บุคลากรขาดการร่วมมือในการทำงานเป็นทีม</p> <p>W๑๐ : ไม่มีการสร้างขวัญกำลังใจให้กับผู้ปฏิบัติงาน</p>
<p>โอกาส (Opportunity : O)</p> <p>O๑ : นโยบายของรัฐบาล เรื่อง Digital Economy และระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูล ระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน ทำให้สามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อการบริการและการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมกันมากขึ้น</p> <p>O๒ : นโยบายการเข้าถึงอย่างทั่วถึง</p> <p>O๓ : นโยบายสมุนไพร กัญชา กัญชง</p> <p>O๔ : นโยบายเพิ่มศักยภาพความมั่นคงทางสุขภาพในการจัดการกับโรคอุบัติใหม่</p> <p>O๕ : กฎหมายหรือนโยบายภาครัฐสนับสนุนการนำมาใช้ในการบริหาร และบริการมากยิ่งขึ้น เช่น พ.ร.บ.อำนวยความสะดวก การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน</p> <p>O๖ : ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล</p> <p>O๗ : การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ</p> <p>O๘ : ต่างประเทศให้ความสนใจและต้องการผลิตภัณฑ์สุขภาพมากขึ้น</p>	<p>SO = กลยุทธ์เชิงรุก</p> <p>๑. เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการจัดการ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน กรณีฉุกเฉินขาดแคลน</p> <p>๒. ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อความมั่นคงในประเทศ</p> <p>๓. ส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน</p> <p>๔. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถ แข่งขันในระดับสากล</p> <p>๕. ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ</p> <p>๖. พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ</p> <p>๗. ลดค่าใช้จ่ายด้วยนวัตกรรมหรือดิจิทัล</p> <p>๘. พัฒนาขีดความสามารถขององค์กรด้านดิจิทัล</p>	<p>WO = กลยุทธ์เชิงแก้ไข</p> <p>๑. เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ หลังออกสู่ตลาด (Post Marketing control) และเฝ้าระวังเตือนภัย</p> <p>๒. พัฒนารูปแบบตามปัญหาการคุ้มครองของประเทศและพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ</p> <p>๓. ยกระดับการบริหารจัดการองค์กรและส่งเสริมความเชื่อมั่น ให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p> <p>๔. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารระบบคุณภาพมาตรฐาน</p> <p>๕. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคล</p> <p>๖. เสริมสร้างความร่วมมือและพัฒนางานวิจัย งานวิชาการและนวัตกรรม</p>
<p>อุปสรรค (Threat : T)</p> <p>T๑ : โรคอุบัติใหม่ที่อาจเกิดขึ้นใหม่ อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน และการบริหารงานขององค์กร</p> <p>T๒ : ช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นทำให้มีโอกาสในการกระทำผิดกฎหมาย ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างแพร่หลาย</p> <p>T๓ : พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่ตระหนักถึงการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ได้มาตรฐาน</p>	<p>ST = กลยุทธ์เชิงป้องกัน</p> <p>๑. ยกระดับการสื่อสารและการสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนเพื่อขับเคลื่อนความ รوبرูสุขภาพในงานคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>WT= กลยุทธ์เชิงรับ</p> <p>๑. เพิ่มความเข้มแข็งการจัดการโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p>

บทที่ ๕ สารสำคัญแผนปฏิบัติการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

๕.๑ ภาพรวม

๕.๑.๑ วิสัยทัศน์ของส่วนราชการ

เป็นองค์กรหลักด้านคุ้มครองผู้บริโภคและส่งเสริมผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อประชาชนสุขภาพดี

๕.๑.๒ พันธกิจของส่วนราชการ

- ๑) ยกระดับมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคให้ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับแนวทางสากล
- ๒) ควบคุมกำกับผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เป็นไปตามกฎหมาย มีคุณภาพ ปลอดภัย ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล
- ๓) เพิ่มศักยภาพของผู้บริโภค และผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ๔) เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงได้ทั้งในสภาวะปกติและฉุกเฉินหรือวิกฤติ

๕.๒ แผนปฏิบัติการ

๕.๒.๑ แผนปฏิบัติการ เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๑) เป้าหมาย

ผู้บริโภคปลอดภัย ผู้ประกอบการก้าวไกล ระบบคุ้มครองสุขภาพไทยยั่งยืน

๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และมาตรการ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

๒.๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่เป็นมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ ๑. เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย

มาตรการที่

๑. เพิ่มประสิทธิภาพระบบ Post-marketing Control เชิงรุก

- ๑.๑ บูรณาการการทำงานร่วมกัน หรือ จัดตั้ง “กองเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ” เพื่อให้เกิดเอกภาพในการปฏิบัติงาน
- ๑.๒ พัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับการประกอบธุรกิจวิถีใหม่ และการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ๑.๓ เพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมด้วยยาและสารตั้งต้น เคมีภัณฑ์ที่เป็นวัตถุเสพติด หรือที่นำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม
- ๑.๔ พัฒนาระบบเฝ้าระวังและสื่อสารความเสี่ยง ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอัจฉริยะ

กลยุทธ์ที่ ๒. **เพิ่มความเข้มแข็งการจัดการโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก**
มาตรการที่

๒. **จัดการปัญหาโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพกลุ่มเสี่ยง**
ทางสื่อออนไลน์

- ๒.๑ บูรณาการทำงานกับหน่วยงานรัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด
- ๒.๒ สร้างการมีส่วนร่วมจัดทำระบบป้องกันการโฆษณาและขายสินค้าของแพลตฟอร์มในสื่อออนไลน์
- ๒.๓ สานพลังองค์กรเครือข่ายผู้บริโภคเฝ้าระวังปิดกั้นการโฆษณา
- ๒.๔ ประมวลผลความผิดทางกฎหมาย เพื่อแก้ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายในเชิงระบบ

กลยุทธ์ที่ ๓. **พัฒนารูปแบบตามปัญหาการคุ้มครองของประเทศและ**
พัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศให้เป็นไปตาม
มาตรฐานสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ
มาตรการที่

- ๓.๑ ส่งเสริมการดำเนินการตามโครงการพระราชดำริ
- ๓.๒ พัฒนานวัตกรรมหรือรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓.๓ พัฒนารูปแบบการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพและสถานประกอบการให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล/ข้อตกลงระหว่างประเทศ

๒.๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ : ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑. **ยกระดับการสื่อสารและการสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน**
เพื่อขับเคลื่อนความรู้สุขภาพในงานคุ้มครองผู้บริโภค
มาตรการที่

- ๑.** **สร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมงานคุ้มครองผู้บริโภค**
ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในทุกภาคส่วน
 - ๑.๑ ยกระดับการสื่อสารให้ครอบคลุมทุกช่องทาง ทั้งสื่อมวลชน สื่อออนไลน์
 - ๑.๒ สร้างและพัฒนาการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๒.๓) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ความมั่นคงของผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑. เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการจัดการ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน มาตรการที่

- ๑.๑ สร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน
- ๑.๒ พัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพตามความต้องการและวัตถุประสงค์ บั ห่วงโซ่อุปทานได้ตามมาตรฐานสากล เพื่อป้องกันการ ขาดแคลน

กลยุทธ์ที่ ๒. ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อความมั่นคง ในประเทศ

มาตรการที่

- ๒.๑ สำรองและจัดทำกรอบรายการผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำเป็น
- ๒.๒ เสริมสร้างความเชื่อมั่นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผลิตและ จำหน่ายในประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓. ส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน

มาตรการที่

๓. ส่งเสริมการผลิตและการนำเข้า พร้อมทั้งขับเคลื่อน ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำเป็นเพื่อการเข้าถึงของประชาชน
 - ๓.๑ วิจัยและสำรวจการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพ ตามกรอบที่กำหนดจากกองผลิตภัณฑ์
 - ๓.๒ ส่งเสริมการใช้ยาจากสมุนไพรในระบบบริการ สาธารณสุข
 - ๓.๓ ส่งเสริมการใช้ยาสำหรับดูแลสุขภาพเบื้องต้น โดยการเพิ่มรายการยาสามัญประจำบ้าน (ยาแผนปัจจุบัน)

๒.๔) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ ๑. สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในการ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สามารถ แข่งขันในระดับสากล

มาตรการที่

๑. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์สุขภาพ ของประเทศสู่สากล
 - ๑.๑ พัฒนาเกษตรแปรรูป
 - ๑.๒ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์กัญชา กัญชง และสมุนไพร
 - ๑.๓ ส่งเสริมสมุนไพร เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - ๑.๔ เสริมสร้างรากฐานวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ไทยสู่ตลาดโลก

- ๑.๕ พัฒนาระบบการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนเชิงรุก เพื่อความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจฐานราก
- ๑.๖ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์สุขภาพนวัตกรรม
- ๑.๗ ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพในต่างประเทศ
- ๑.๘ จัดตั้งหน่วยวิชาการประเมินผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๒. ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศ
มาตรการที่

๒. เพิ่มประสิทธิภาพการบริการสู่ความเป็นเลิศและส่งเสริมความสัมพันธที่ดี

- ๒.๑ พัฒนามาตรฐานและนวัตกรรมทำให้บริการ

กลยุทธ์ที่ ๓. พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ
มาตรการที่

๓. พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ (National Health Product Knowledge Hub)

- ๓.๑ พัฒนาศูนย์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ๓.๒ พัฒนาระบบคลังข้อมูล และเชื่อมโยงข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งภายในและนอก อย.

๒.๕) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ : องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ ๑. ยกระดับการบริหารจัดการองค์กร เพื่อส่งเสริมความเชื่อมั่นให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
มาตรการที่

๑. พัฒนามาตรฐานการบริหารจัดการสู่องค์กรให้มีสมรรถนะสูง

- ๑.๑ พัฒนาศักยภาพองค์กรตามเกณฑ์คุณภาพ PMQA
- ๑.๒ ส่งเสริมองค์กรแห่งการเรียนรู้ KM
- ๑.๓ ส่งเสริมและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ ๒. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารระบบคุณภาพมาตรฐาน
มาตรการที่

- ๒.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ISO ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
- ๒.๒ เพิ่มประสิทธิภาพการพิจารณาอนุญาต

กลยุทธ์ที่ ๓. ลดค่าใช้จ่ายด้วยนวัตกรรมหรือดิจิทัล
มาตรการที่

- ๓. พัฒนานวัตกรรมและระบบงานดิจิทัล เพื่อยกระดับสมรรถนะขององค์กร

กลยุทธ์ที่ ๔. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคล

มาตรการที่

- ๔.๑ สร้างศักยภาพบุคลากรสู่ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (HR Transformation)
 - ๑) ส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาดิจิทัล
 - ๒) พัฒนาบุคลากรทักษะ ๔ ด้าน
 - ๓) จัดทำระบบและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร เฉพาะตามสายงาน
- ๔.๒ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคล
- ๔.๓ สร้างจิตสำนึกที่สอดคล้องกับค่านิยมของ อย. ในบุคลากรทุกระดับ
- ๔.๔ สร้างแนวคิดการทำงานแบบบูรณาการความร่วมมือ ลดข้อจำกัดต่างๆ ด้วยหลักการ “จากหน่วยงาน ของฉัน สู่ อย. ของเรา” ในบุคลากรทุกระดับ

กลยุทธ์ที่ ๕. เสริมสร้างความร่วมมือและพัฒนางานวิจัย งานวิชาการ และนวัตกรรม

มาตรการที่

- ๕.๑ ส่งเสริมงานวิจัย เพื่อพัฒนากลไกการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ สุขภาพของประเทศ ในสถานการณ์ปกติหรือวิกฤติ ร่วมกันระหว่างภาครัฐ สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และต่างประเทศ
- ๕.๒ ส่งเสริมงานวิจัยและนวัตกรรม เพื่อความเป็นเลิศ ของผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ๕.๓ สร้างนักวิจัย/ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัย และสร้างแรงจูงใจ

กลยุทธ์ที่ ๖. พัฒนาขีดความสามารถขององค์กรด้านดิจิทัล

มาตรการที่

๖. ปรับเปลี่ยน อย. สู่องค์กรดิจิทัล (Digital Transformation)
 - ๖.๑ ปรับเปลี่ยน อย. สู่องค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) โดยพัฒนาองค์กร ๓ ประเด็นดังนี้
 - ๑) ปัญญาประดิษฐ์ (AI)
 - ๒) โปรแกรมสนทนาอัตโนมัติ (Chatbot)
 - ๓) การเก็บและจัดการชุดข้อมูลขนาดใหญ่ (Data Lake)
 - ๖.๒ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและกระบวนการให้เป็นดิจิทัล (FDA Digital Transformation)
 - ๑) ปรับปรุงระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการพิจารณา อนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ

- ๒) ติดตั้งระบบโทรศัพท์ดิจิทัล (IP Phone)
- ๓) พัฒนาระบบตรวจสอบ เฝ้าระวัง และเตือนภัย ด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบคอมพิวเตอร์อัจฉริยะ
- ๔) พัฒนาระบบคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Data Center)
- ๕) ปรับปรุงระบบไฟฟ้า เพื่อให้บริการระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง
- ๖) พัฒนาระบบงาน Post marketing ด้วยระบบดิจิทัล

แผนที่ยุทธศาสตร์

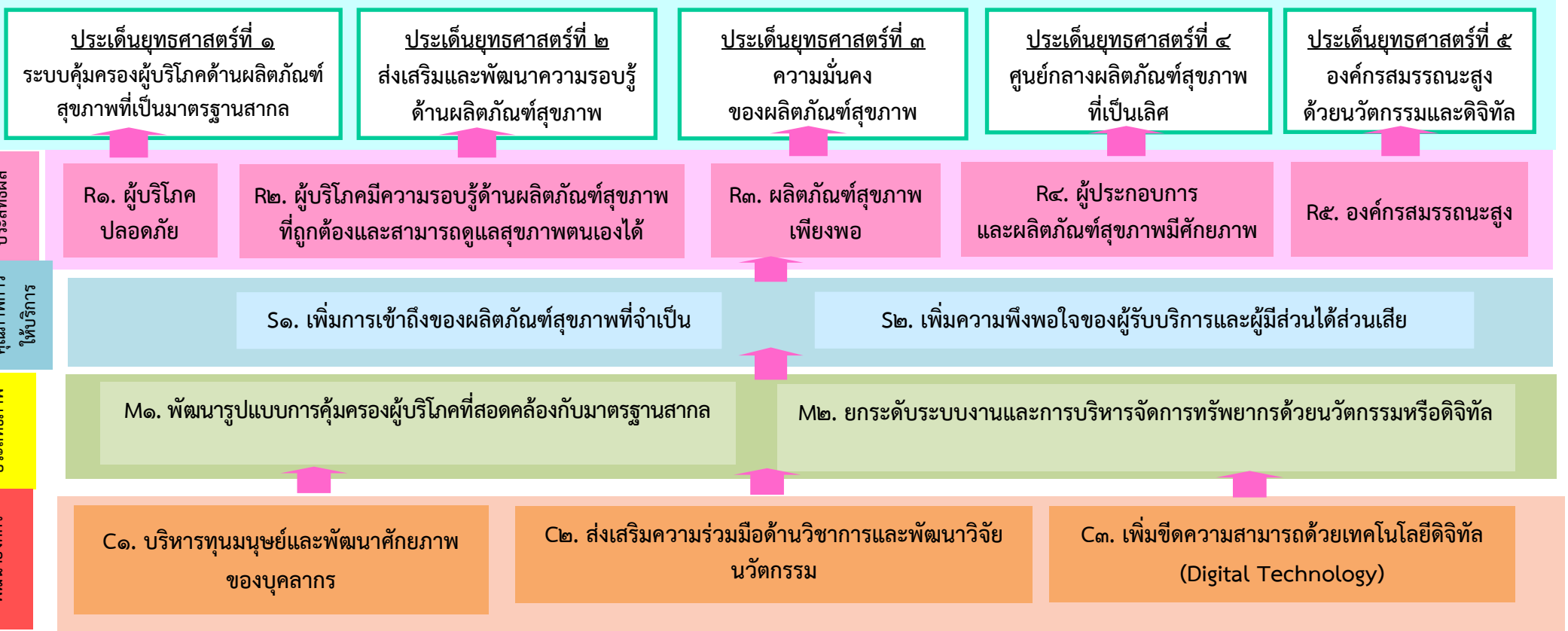
วิสัยทัศน์ : เป็นองค์กรหลักด้านคุ้มครองผู้บริโภคและส่งเสริมผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อประชาชนสุขภาพดี

พันธกิจ : ๑. ยกระดับมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคให้ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับแนวทางสากล

๒. ควบคุมกำกับผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เป็นไปตามกฎหมาย มีคุณภาพ ความปลอดภัย ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล

๓. เพิ่มศักยภาพของผู้บริโภค และผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๔. เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงได้ ทั้งในสภาวะปกติและฉุกเฉินหรือวิกฤติ



บทที่ ๖ การนำแผนไปสู่การปฏิบัติ และตัวชี้วัด เพื่อติดตาม ประเมินผล

ยุทธศาสตร์ อย. 5 ปี (66-70)

เป็นองค์กรหลักด้านคุ้มครองผู้บริโภค
และส่งเสริมผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
เพื่อประชาชนสุขภาพดี

VISION

Goal

Impact KPI

Organization KPI

มาตรการมุ่งเน้น

โครงการยุทธศาสตร์ 13 โครงการ

ผู้บริโภคปลอดภัย
“ผลิตภัณฑ์สุขภาพปลอดภัย คนไทยห่างไกลโรค”

อัตราป่วยของโรคจากการบริโภค
ผลิตภัณฑ์สุขภาพลดลง (ปีละ ร้อยละ 10)

1. ร้อยละ 95 ของผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการตรวจสอบได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด
2. ร้อยละ 75 ของผู้บริโภคมีความรอบรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
3. ร้อยละ 40 ของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพกลุ่มเสี่ยงที่ผิดกฎหมายลดลง

- เตือนภัยเร็ว จัดการไว ทันต่อสถานการณ์
- สร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อร่วมเสริมพลังการคุ้มครองผู้บริโภค
- สร้างความรอบรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

1. โครงการผลิตภัณฑ์สุขภาพปลอดภัย คนไทยห่างไกลโรค (ปี 67 Steroid, NCDs)
2. โครงการสร้างความรอบรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพทุกช่วงวัย “คนไทยคิดได้ ใช้เป็น”
3. โครงการพัฒนาระบบเฝ้าระวัง และจัดการผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก

ระบบงานสนับสนุน

ผู้ประกอบการก้าวไกล
-อนุมัติไว ได้มาตรฐาน ขายดี ขายได้ สู่อุตสาหกรรมโลก”

ร้อยละของมูลค่าการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพเพิ่มขึ้น
(ปีละ ร้อยละ 3)

1. ร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์สุขภาพนวัตกรรมได้รับการอนุญาตเพิ่มขึ้น
2. มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนได้รับตราสัญลักษณ์ อย. Quality Award*
3. ร้อยละของระยะเวลาอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพลดลง (5 ปี 20%)

- อนุญาต สะดวก รวดเร็ว เป็นมิตรต่อผู้ประกอบการ
- ปรับกฎระเบียบให้ผลิตภัณฑ์ปลอดภัย ทันสมัย และยืดหยุ่นต่อการประกอบธุรกิจ
- ปมเพาะงานวิจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สุขภาพ สู่อุตสาหกรรม
- ผลักดันผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพเศรษฐกิจฐานรากสู่สากล

1. โครงการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนสู่สากล
2. โครงการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์สุขภาพนวัตกรรมไทย
3. โครงการ FDA smart service and Regulation for Ease of Doing Business

1. โครงการพัฒนา อย. สู่องค์กรสู่ดิจิทัล
2. โครงการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
3. โครงการบริหารจัดการและพัฒนาทุนมนุษย์
4. โครงการปฏิรูปกฎระเบียบการกำกับดูแลให้ทันสมัย ปลอดภัย ทันต่อสถานการณ์

ระบบคุ้มครองสุขภาพไทยยั่งยืน
“3 พ : เพียงพอ ที่พึ่งพา พัฒนาอย่างต่อเนื่อง”

1. Global health security Index จากอันดับ 5 เป็น อันดับ 3 (ภายใน 5 ปี)
2. ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านเกณฑ์การประเมินตามมาตรฐานสากล

1. ผลิตภัณฑ์สุขภาพจำเป็นที่มีความเสี่ยงขาดแคลนมีอัตราสำรองไม่น้อยกว่าอัตราสำรองของประเทศ
2. สัดส่วนปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพในประเทศเทียบกับปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้น
3. ร้อยละของจำนวนระบบกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านมาตรฐานสากล

- บริหารจัดการผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เพียงพอในทุกสถานการณ์
- ส่งเสริม พัฒนาผู้ประกอบการในประเทศให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีความเสี่ยงขาดแคลน เพื่อทดแทนการนำเข้า
- เทียบเคียงระบบงานเพื่อการปฏิรูปโครงสร้างและพัฒนาให้ได้มาตรฐานสากล

1. โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์สุขภาพตลอดห่วงโซ่ ในภาวะปกติและฉุกเฉิน
2. โครงการส่งเสริมการผลิตและเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อการพึ่งพาตนเอง
3. โครงการยกระดับระบบการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ได้มาตรฐานสากล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑
ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นมาตรฐานสากล

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์ และตัวชี้วัดเป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์

เป้าประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดเป้าประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยวัด	Baseline			ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.				
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
๑. ผู้บริโภคปลอดภัย	๑.๑ ร้อยละของประชาชนที่เกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์จากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพลดลง	ร้อยละ	-๒๐.๙๐	๗.๕๕	-๔๙.๑๒	๖๐	๖๒	๖๔	๖๘	๗๐
๒. พัฒนารูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล	๒.๑ ร้อยละของต้นแบบ (Model) การคุ้มครองผู้บริโภคที่แก้ไขปัญหาได้	ร้อยละ	-	-	-	๔๐	๕๐	๖๐	๗๐	๘๐

กลยุทธ์ ตัวชี้วัดกลยุทธ์ และมาตรการ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
๑. เพิ่มประสิทธิภาพระบบการควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post marketing Control) และเฝ้าระวังเตือนภัย	๑.๑ ร้อยละของผลิตภัณฑ์สุขภาพกลุ่มเสี่ยงที่ไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดลดลง ๑.๒ ร้อยละของกฎระเบียบ/กฎหมายที่ได้รับการทบทวนแก้ไขให้ทันต่อสถานการณ์	๕๐	๕๒	๕๔	๕๖	๕๘	๑. เพิ่มประสิทธิภาพระบบ Post marketing Control เชิงรุก ๑.๑ บูรณาการทำงานร่วมกัน หรือจัดตั้ง “กองเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้เกิดเอกภาพในการปฏิบัติงาน ๑.๒ พัฒนากฎหมายให้สอดคล้องการประกอบธุรกิจวิถีนวัตกรรมและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ๑.๓ เพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมตัวยาและสารตั้งต้นเคมีภัณฑ์ที่เป็นวัตถุเสพติดหรือที่นำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม	- กองผลิตภัณฑ์ - กอง คบ - กอง ต - กองด้าน - กอง พศ - กอง คบ - กยผ - ศรป - กลุ่มกฎหมาย - ศขส

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
	<p>๑.๓ ร้อยละของการตอบโต้ สถานการณ์ผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ไม่ปลอดภัย ภายในระยะเวลาที่กำหนด</p> <p>๑.๔ ร้อยละของผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ได้รับการตรวจสอบ ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ ที่กฎหมายกำหนด</p>	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	<p>๑) พัฒนาระบบตรวจสอบและเฝ้าระวังด้วยยา เคมีภัณฑ์ และสารตั้งต้นที่เป็นวัตถุเสพติด</p> <p>๒) พัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย ในการกำกับ ดูแลยา เคมีภัณฑ์ และสารตั้งต้น ที่เป็นวัตถุเสพติด ให้สอดคล้องกับระบบสากล และเหมาะสมกับสถานการณ์</p> <p>๓) พัฒนาระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง ให้เชื่อมโยง ข้อมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๔) พัฒนาสมรรถนะเจ้าหน้าที่ด้านอาหารและยา ด้านการกำกับดูแลและเฝ้าระวังการลักลอบนำเข้าตัวยา และสารตั้งต้นที่เป็นวัตถุเสพติด</p> <p>๑.๔ พัฒนาระบบเฝ้าระวัง และสื่อสารความเสี่ยง ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอัจฉริยะ</p> <p>๑) ใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการกำกับดูแลตลาด ดิจิทัลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p> <p>๒) พัฒนาระบบสืบสวนประมวล หลักฐาน อัจฉริยะ</p> <p>๓) พัฒนาศักยภาพการตรวจจับสัญญาณความ ปลอดภัยจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Signal)</p> <p>๔) พัฒนาเครือข่ายในการเฝ้าระวังเตือนภัย และรายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์จากการใช้ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p>	

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
							๕) บูรณาการสื่อสารความเสี่ยงและเตือนภัย ร่วมกับเครือข่ายด้านคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรอิสระ และภาคประชาชน ๖) กระจายอำนาจและสร้างความเข้มแข็ง ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดำเนินงานคุ้มครอง ผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	
๒. เพิ่มความเข้มแข็ง การจัดการโฆษณา และผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก	๒.๑ ร้อยละของโฆษณา ผลิตภัณฑ์สุขภาพกลุ่มเสี่ยง ที่ผิดกฎหมายลดลง	๔๐	๔๕	๕๐	๕๕	๖๐	๒. จัดการปัญหาโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพกลุ่ม เสี่ยงทางสื่อออนไลน์ ๒.๑ บูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐในการ บังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด ๒.๒ สร้างการมีส่วนร่วมจัดทำระบบป้องกัน การ โฆษณาและขายสินค้าของแพลตฟอร์มในสื่อออนไลน์ ๒.๓ สานพลังองค์กรเครือข่ายผู้บริโภค เผื่อระวังปิดกั้นการโฆษณา ๒.๔ ประมวลผลความผิดทางกฎหมาย เพื่อแก้ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายในเชิงระบบ	- ศรป - กองผลิตภัณฑ์ - กอง คบ - กยผ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดกลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
๓.พัฒนารูปแบบตามปัญหาการคุ้มครองของประเทศและพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ	๓.๑ จำนวนต้นแบบ (Model) การคุ้มครองผู้บริโภค	๓	๖ (สะสม)	๙ (สะสม)	๑๒ (สะสม)	๑๕ (สะสม)	<p>๓.๑ ส่งเสริมการดำเนินการตามโครงการพระราชดำริ</p> <p>๓.๒ พัฒนานวัตกรรมหรือรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น</p> <p>๑) จัดการปัญหาเชื่อดื้อยาด้านจุลชีพ</p> <p>๒) จัดการด้านสารเคมีแห่งชาติ</p> <p>๓) จัดการอะมัลกัม</p> <p>๔) พัฒนาและยกระดับกลไกการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล</p> <p>๕) พัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีส่วนผสมของกัญชาหรือกัญชงเป็นพืชเศรษฐกิจ</p> <p>๖) พัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีส่วนผสมของสมุนไพร</p> <p>๗) พัฒนารูปแบบการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อรองรับสถานการณ์ ฉุกเฉิน/โรคอุบัติใหม่</p> <p>๘) พัฒนารูปแบบ/สัญลักษณ์การแสดงผล</p> <p>๙) พัฒนาระบบการทบทวนทะเบียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p> <p>๑๐) พัฒนารูปแบบการจัดการปัญหาผลิตภัณฑ์สุขภาพชายแดน</p> <p>๓.๓ พัฒนารูปแบบการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพและสถานประกอบการให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล/ข้อตกลงระหว่างประเทศ</p>	- ทุกกองที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒
ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ : ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์ และตัวชี้วัดเป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์

เป้าประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดเป้าประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยวัด	Baseline			ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.				
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
๑. ผู้บริโภคมีความรอบรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องและสามารถดูแลสุขภาพตนเองได้	๑.๑ ร้อยละของผู้บริโภคมีความรอบรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ร้อยละ	๕๘.๔	๗๓.๗	๗๓.๓	๖๓	๗๕	๗๕	๗๖	๗๖

กลยุทธ์ ตัวชี้วัดกลยุทธ์ และมาตรการ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
๑. ยกระดับการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนความรู้สุขภาพในงานคุ้มครองผู้บริโภค	๑.๑ ร้อยละของผู้บริโภคเข้าถึงสื่อองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ๑.๒ ร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย มีทัศนคติในการเลือกบริโภคที่เหมาะสม ๑.๓ ร้อยละของชุมชนที่มีผลสำเร็จในการดำเนินงานลดปัญหาผลิตภัณฑ์สุขภาพ	๗๐	๗๒	๗๔	๗๖	๗๘	๑. สร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในทุกภาคส่วน ๑.๑ ยกระดับการสื่อสารให้ครอบคลุมทุกช่องทาง ทั้งสื่อมวลชน สื่อออนไลน์ ๑) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อการส่งเสริมการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพด้วยกลไกการสื่อสาร (ผลิตสื่อและเผยแพร่เอง) ๒) สื่อสารข้อมูลองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพให้กับเครือข่ายภาคประชาชนและเครือข่ายสื่อสารสาธารณะ การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น โทรทัศน์ วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว เป็นต้น (เผยแพร่ผ่านสื่อเครือข่าย)	- กอง พ.ศ. - กองผลิตภัณฑ์ - ทุกกองที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
	๑.๔ จำนวนนวัตกรรม ทางสังคมเพื่อส่งเสริม ความรอบรู้ด้านผลิตภัณฑ์ สุขภาพให้ชุมชน	๕	๕	๕	๕	๕	<p>๑.๒ สร้างและพัฒนาการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p> <p>๑) พัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วม โดยการทำข้อตกลงร่วมกับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งในพื้นที่ เช่น สสจ. อสม. อสส. อย.น้อย อบจ. อปท. เป็นต้น เพื่อการจัดการความเสี่ยงข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพ ร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. สสจ. เป็นต้น</p>	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓
ความมั่นคงของผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ ความมั่นคงของผลิตภัณฑ์สุขภาพ

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์ และตัวชี้วัดเป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์

เป้าประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดเป้าประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยวัด	Baseline			ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.				
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
๑. ผลิตภัณฑ์สุขภาพเพียงพอ	๑.๑ ร้อยละของผลิตภัณฑ์สุขภาพจำเป็นที่มีความเสี่ยงขาดแคลนมีอัตราสำรองไม่น้อยกว่า ๑ เดือน	ร้อยละ	-	-	-	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐
๒. เพิ่มการเข้าถึงของผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำเป็น	๒.๑ จำนวนผลิตภัณฑ์สุขภาพจำเป็นที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้เพิ่มขึ้น	รายการ	-	-	-	๒๐	๒๐	๒๐	๒๐	๒๐

กลยุทธ์ ตัวชี้วัดกลยุทธ์ และมาตรการ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
๑. เสริมสร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการจัดการ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน ในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน	๑.๑ ร้อยละของผลิตภัณฑ์สุขภาพจำเป็นที่มีการขาดคร่าวได้รับการแก้ไขสำเร็จ	๖๐	๖๐	๖๐	๖๐	๖๐	๑.๑ สร้างความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในภาวะปกติ ภาวะฉุกเฉิน และขาดแคลน ๑) จัดหาผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เพียงพอ ต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ๒) อำนวยความสะดวกในการขออนุญาตผลิต และนำเข้าผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำเป็น ๑.๒ พัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพตามความต้องการ และวัตถุดิบห่วงโซ่อุปทานได้ตามมาตรฐานสากล เพื่อป้องกันการขาดแคลน (พึ่งพาตนเอง วิจัยพัฒนาผลิตในประเทศ)	- กอง นบย - กองผลิตภัณฑ์ - กองด่าน

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
๒. ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อความมั่นคงในประเทศ	๒.๑ ร้อยละของผลิตภัณฑ์สุขภาพจำหน่ายที่สามารถผลิตได้ในประเทศ	๓๕	๓๕	๓๕	๓๕	๓๕	๒.๑ สํารวจและจัดทํากรอบรายการผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จําเป็น ๒.๒ เสริมสร้างความเชื่อมั่นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผลิตและจำหน่ายในประเทศ	- กอง นโยบาย - กองผลิตภัณฑ์
๓. ส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน	๓.๑ ร้อยละของผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการส่งเสริมวิจัยและพัฒนาได้รับการให้คำปรึกษาแล้วเสร็จ	๘๐	๘๕	๙๐	๙๕	๑๐๐	๓. ส่งเสริมการผลิตและการนำเข้า พร้อมทั้งขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จําเป็น เพื่อการเข้าถึงของประชาชน ๓.๑ วิจัยและสํารวจการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ยา สมุนไพร เครื่องมือแพทย์) ตามกรอบที่กำหนดจากกองผลิตภัณฑ์ ๓.๒ ส่งเสริมการใช้ยาจากสมุนไพรในระบบบริการสาธารณสุข ๓.๓ ส่งเสริมการใช้ยาสำหรับดูแลสุขภาพเบื้องต้น โดยการเพิ่มรายการยาสามัญประจำบ้าน (ยาแผนปัจจุบัน)	- สนบ. - กองผลิตภัณฑ์ - กอง นโยบาย.

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔
ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเลิศ

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์ และตัวชี้วัดเป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์

เป้าประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดเป้าประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยวัด	Baseline			ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.				
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
๑. ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์สุขภาพ มีศักยภาพ	๑.๑ ร้อยละมูลค่าการผลิตผลิตภัณฑ์ สุขภาพกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้น	ร้อยละ	-	-	-	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐
๒. เพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	๒.๑ ร้อยละความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ	ร้อยละ	๙๐.๓๑	๙๓.๕๔	๙๓.๘๔	๙๓	๙๓.๕๐	๙๔	๙๔.๕๐	๙๕
	๒.๒ ร้อยละความพึงพอใจ ของผู้รับบริการผ่านทางระบบ อิเล็กทรอนิกส์ (e-service)	ร้อยละ	-	-	-	๘๐	๘๒	๘๔	๘๖	๘๘

กลยุทธ์ ตัวชี้วัดกลยุทธ์ และมาตรการ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
๑. สร้างการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือ กับเครือข่ายในการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้สามารถแข่งขัน ในระดับสากล	๑.๑ ร้อยละของ กระบวนการกลุ่มเป้าหมาย ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก สามารถตรงระยะเวลาได้ แล้วเสร็จภายในระยะเวลา ที่กำหนด ๑.๒ จำนวนผลิตภัณฑ์ สุขภาพนวัตกรรมได้รับการ อนุญาต	๘๐	๘๐	๙๐	๙๐	๙๕	๑. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ สุขภาพของประเทศสู่สากล ๑.๑ พัฒนาเกษตรแปรรูป ๑) พัฒนาสถานประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์จาก พืชให้มีสุลลักษณะที่ดีสอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด ๒) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากพืชให้มีคุณภาพ และปลอดภัยในการบริโภค ๑.๒ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์กัญชา กัญชง และสมุนไพร ๑) ยกกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๒) พัฒนาศูนย์กลางการวิจัยทางคลินิกสำหรับ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๓) ยกกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่ มาตรฐานสากล ๔) พัฒนาระบบการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ สมุนไพร เพื่อปรับกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อ อุตสาหกรรมสมุนไพร ๕) พัฒนาระบบการบ่มเพาะผลิตภัณฑ์สมุนไพร นวัตกรรมจากภูมิปัญญาชุมชน ๖) จัดทำรายการผลิตภัณฑ์สมุนไพรอ้างอิงจาก พืชเศรษฐกิจศักยภาพใหม่	- สนบ - กองผลิตภัณฑ์ - กอง คบ.

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
							<p>๑.๓ ส่งเสริมสมุนไพรมุ่งเน้น เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</p> <p>๑) พัฒนาหลักเกณฑ์ การกำกับดูแล สารสกัด และผลิตภัณฑ์สมุนไพรมุ่งเน้นเทคโนโลยีขั้นสูง</p> <p>๑.๔ เสริมสร้างรากฐานวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ไทยสู่ตลาดโลก</p> <p>๑) พัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้มาตรฐานสู่สากล</p> <p>๑.๕ พัฒนาระบบการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนเชิงรุก เพื่อความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจฐานราก</p> <p>๑) พัฒนาค้นแบบด้านบริหาร</p> <p>๑.๑) พัฒนากลไกการบูรณาการ การทำงานของหน่วยงาน</p> <p>๑.๒) พัฒนาค้นในพื้นที่และหน่วยงาน ให้วิจัยพัฒนาและขออนุญาตได้ถูกต้อง ครบคลุม รวดเร็ว</p> <p>๒) พัฒนาค้นแบบด้านวิชาการ</p> <p>๒.๑) พัฒนาระบบและกระบวนการอนุญาตที่เหมาะสมกับชุมชนและเกษตรกร</p> <p>๒.๒) พัฒนากลไกการเข้าถึงข้อมูลและการบริการที่ง่าย สะดวก</p> <p>๓) นำต้นแบบมาทดลองปฏิบัติในพื้นที่</p>	

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
							๑.๖ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์สุขภาพนวัตกรรม ๑.๗ ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในต่างประเทศ ๑) พัฒนาข้อมูลภาวะเปรียบเทียบขึ้นทะเบียน ผลิตภัณฑ์สุขภาพในต่างประเทศ ๒) พัฒนาการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ แบบครบวงจรสำหรับผู้บริโภคปลอดภัย และ ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันระดับ มาตรฐานสากล ๓) ยกระดับคุณภาพการผลิตและการกระจาย เครื่องมือแพทย์ ๔) ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพในต่างประเทศ ๕) พัฒนาระบบส่งเสริมผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเชิงรุก ๑.๘ จัดตั้งหน่วยวิชาการประเมินผลิตภัณฑ์สุขภาพ	
๒. ยกระดับมาตรฐาน บริการ สู่ความเป็นเลิศ	๒.๑ ร้อยละของคำขอ อนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่มีปริมาณและหรือ ผลกระทบต่อเศรษฐกิจสูง (high volume/ high impact) ได้รับอนุญาตแล้ว เสร็จก่อนระยะเวลาที่กำหนด	๘๐	๘๒	๘๔	๘๖	๘๘	๒. เพิ่มประสิทธิภาพการบริการสู่ความเป็นเลิศและ ส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดี ๒.๑ พัฒนามาตรฐานและนวัตกรรม การให้บริการ เช่น ๑) พัฒนามาตรฐานการให้บริการ ๒) พัฒนานวัตกรรมบริการ ๓) พัฒนารูปแบบการประเมินการวัดความพึง พอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- สนบ - กองผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
							๔) ปรับปรุงและยกระดับการให้บริการระบบ E-services ๕) พัฒนาศูนย์ OSSC ๖) จัดทำระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) ๗) พัฒนาระบบบริหารลูกค้าแบบครบวงจร ๘) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการข้อร้องเรียน	
๓. พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ	๓.๑ ร้อยละของผู้ใช้ศูนย์ข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพเพิ่มขึ้น	๗๐	๗๒	๗๔	๗๖	๗๘	๓. พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ (National Health Product Knowledge Hub) ๓.๑ พัฒนาศูนย์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ๓.๒ พัฒนาระบบคลังข้อมูล และเชื่อมโยงข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งภายในและนอก อย.	- ศขส - ทุกกองที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕
องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ องค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและดิจิทัล

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ และตัวชี้วัดเป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์

เป้าประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดเป้าประสงค์ ประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยวัด	Baseline			ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.				
			๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
๑. องค์กรสมรรถนะสูง	๑.๑ ร้อยละความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	ร้อยละ	๗๗.๕๕	-	-	๘๐	-	๘๕	-	๙๐
๒. ยกระดับระบบงาน และการบริหารจัดการทรัพยากรด้วยนวัตกรรมหรือดิจิทัล	๒.๑ ร้อยละของมูลค่าค่าใช้จ่ายที่ลดลงจากการนำนวัตกรรมหรือดิจิทัลมาใช้	ร้อยละ	-	-	-	๓๐	๓๕	๔๐	๔๕	๕๐
๓. บริหารทุนมนุษย์และพัฒนาศักยภาพของบุคลากร	๓.๑ ร้อยละความพึงพอใจและความผูกพันของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	ร้อยละ	๘๓.๘๙	๘๔.๒๕	๘๒.๙๘	๘๐	๘๒	๘๔	๘๖	๘๘
๔. ส่งเสริมความร่วมมือด้านวิชาการ และพัฒนาวิจัย นวัตกรรม	๔.๑ จำนวนผลงานวิจัย/วิชาการ และนวัตกรรมที่นำมาใช้ประโยชน์	เรื่อง	๕	๘	๙	๑๕	๑๕	๑๕	๑๕	๑๕
๕. เพิ่มขีดความสามารถ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology)	๕.๑ ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบงานขององค์กรด้านดิจิทัล	ร้อยละ	-	-	-	๗๐	๗๒	๗๔	๗๖	๗๘

กลยุทธ์ ตัวชี้วัดกลยุทธ์ และมาตรการ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
๑. ยกระดับการบริหารจัดการองค์กร เพื่อส่งเสริมความเชื่อมั่นให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๑.๑ จำนวนรางวัลที่ได้รับจากหน่วยงานภายนอก	๒	๒	๒	๒	๒	๑. พัฒนามาตรฐานการบริหารจัดการองค์กรให้มีสมรรถนะสูง ๑.๑ พัฒนาศักยภาพองค์กรตามเกณฑ์คุณภาพ PMQA ๑.๒ ส่งเสริมองค์กรแห่งการเรียนรู้ KM ๑.๓ ส่งเสริมและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริหาร ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	- กพร - ทุกกองที่เกี่ยวข้อง
๒. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารระบบคุณภาพมาตรฐาน	๒.๑ ร้อยละของข้อบกพร่อง (CAR) ที่ลดลง	๒๐	๒๐	๒๕	๒๕	๓๐	๒.๑ เพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ISO ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ๒.๒ เพิ่มประสิทธิภาพการพิจารณาอนุญาต	- กยผ - ทุกกองที่เกี่ยวข้อง
๓. ลดค่าใช้จ่ายด้วยนวัตกรรมหรือดิจิทัล	๓.๑ จำนวนนวัตกรรมที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงาน	๑๘	๑๘	๑๘	๑๘	๑๘	๓. พัฒนานวัตกรรมและระบบงานดิจิทัล เพื่อยกระดับสมรรถนะขององค์กร ๑) สร้างการบริหารต้นทุน	- สนบ - ศชส - ทุกกองที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
							๒) จัดทำธรรมาภิบาลข้อมูล (FDA Data Governance) ๓) พัฒนาระบบ FDA Service On Mobile (e-Submission) ๔) พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรอัจฉริยะ (FDA Smart ERP) ๕) พัฒนาระบบ FDA Tele Inspection ๖) พัฒนารูปแบบการตรวจสอบหรือตรวจประเมินทางไกล	

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
๔. เพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารทรัพยากรบุคคล	๔.๑ ร้อยละของบุคลากร ได้รับการพัฒนาศักยภาพ ตามสมรรถนะที่ อย. กำหนด	๘๐	๘๒	๘๔	๘๖	๘๘	<p>๔.๑ สร้างศักยภาพบุคลากรสู่ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (HR Transformation)</p> <p>๑) ส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาดิจิทัล</p> <p>๒) พัฒนาบุคลากรทักษะ ๔ ด้าน</p> <p>๒.๑) ด้านดิจิทัล</p> <p>๒.๒) ด้านผู้ตรวจประเมิน</p> <p>๒.๓) ด้านเฝ้าระวังงาน Post</p> <p>๒.๔) ด้านวิจัยและเศรษฐกิจ</p> <p>๓) จัดทำระบบและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร เฉพาะตามสายงาน</p> <p>๔.๒ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคล</p> <p>๑) จัดทำโครงสร้างและอัตรากำลังที่ตอบสนอง ต่ออนาคต</p>	- สล - ทุกกองที่ เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
	๔.๒ ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินการตามแผน สร้างความผาสุก และความผูกพัน ของบุคลากรสำนักงาน คณะกรรมการอาหาร และยา	๘๐	๘๒	๘๔	๘๖	๘๘	๒) ขับเคลื่อนเส้นทางความก้าวหน้าไปสู่ การปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร ๓) พัฒนาองค์กร Talent และส่งเสริม นวัตกรรม มืออาชีพ ๔) พัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคลากร อย. ๕) พัฒนา อย. ให้เป็นองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) ๔.๓. สร้างจิตสำนึกที่สอดคล้องกับค่านิยมของ อย. ใน บุคลากรทุกระดับ ๔.๔ สร้างแนวคิดการทำงานแบบบูรณาการ ความร่วมมือ ลดข้อจำกัดต่าง ๆ ด้วยหลักการ “จากหน่วยงาน ของฉัน สู่อ.ย. ของเรา” ในบุคลากรทุกระดับ	
๕. เสริมสร้างความร่วมมือ และพัฒนางานวิจัย งานวิชาการ และนวัตกรรม	๕.๑ จำนวนความร่วมมือ ในการพัฒนางานวิจัย/ วิชาการและนวัตกรรม กับหน่วยงานภายนอก ๕.๒ จำนวนงานวิจัย/ วิชาการและนวัตกรรมที่เกิด จากความร่วมมือ กับหน่วยงานภายนอก	๕	๕	๕	๕	๕	๕. ศึกษาพัฒนางานวิจัย งานวิชาการและนวัตกรรม องค์กร ๕.๑ ส่งเสริมงานวิจัย เพื่อพัฒนาโลกการกำกับ ดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศในสถานการณ์ปกติ หรือวิกฤติ ร่วมกันระหว่างภาครัฐ สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และต่างประเทศ ๕.๒ ส่งเสริมงานวิจัยและนวัตกรรม เพื่อความเป็น เลิศของผลิตภัณฑ์สุขภาพ	- กยผ. - ทุกกองที่ เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
							๑) จัดทำแผนยุทธศาสตร์งานวิจัย เพื่อผลิตบัณฑิต สุขภาพ ๒) สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายด้านวิชาการ ๓) พัฒนาระบบข้อมูลด้านงานวิจัยของ อย. ๔) ศึกษาเพื่อพัฒนาเกณฑ์ การจัดลำดับ ความสำคัญและการจัดทำบัญชีรายการสารเคมี ที่มีความเสี่ยงสูงของประเทศไทย ๕) วิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมในการสร้างความ มั่นคงของผลิตภัณฑ์สุขภาพ ๖) พัฒนานวัตกรรมในองค์กร ๗) พัฒนาศูนย์รวมการให้คำปรึกษาแนะนำด้าน การวิจัย ๘) พัฒนากลไก เพื่อส่งเสริมงานวิจัยใน อย. มีผู้เชี่ยวชาญของ อย. ที่มีความรู้มาอ่านงานวิจัย ๙) นำองค์ความรู้งานวิจัย เพื่อเผยแพร่ สู่ประชาชน ๕.๓ สร้างนักวิจัย/ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัย และ สร้างแรงจูงใจ	

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด กลยุทธ์	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.					มาตรการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
๖. พัฒนาขีดความสามารถ ขององค์กรด้านดิจิทัล	๖.๑ ร้อยละของกระบวนการ บริการด้านการอนุมัติ/ อนุญาตที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดทั้งกระบวนการ ๖.๒ จำนวนระบบงาน สนับสนุนเจ้าหน้าที่ภายใน สำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา ที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๖. ปรับเปลี่ยน อย. สู่อัจฉริยะดิจิทัล (Digital Transformation) ๖.๑ ปรับเปลี่ยน อย. สู่อัจฉริยะดิจิทัล (Digital Transformation) โดยพัฒนาองค์กร ๓ ประเด็น ดังนี้ ๑) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ๒) โปรแกรมสนทนาอัตโนมัติ (chatbot) ๓) การเก็บและจัดการชุดข้อมูลขนาดใหญ่ (Data Lake) ๖.๒ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและกระบวนการ ให้เป็นดิจิทัล (FDA Digital Transformation) ๑) ปรับปรุงระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการพิจารณา อนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ ๒) ติดตั้งระบบโทรศัพท์ดิจิทัล(IP Phone) ๓) พัฒนาระบบตรวจสอบ ฝ้าระวัง และเตือน ภัยด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบคอมพิวเตอร์ อัจฉริยะ ๔) พัฒนาระบบคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Data Center) ๕) ปรับปรุงระบบไฟฟ้า เพื่อให้บริการระบบ สารสนเทศอย่างต่อเนื่อง ๖) พัฒนาระบบงาน Post marketing ด้วย ระบบดิจิทัล	- ศขส - ทุกกองที่ เกี่ยวข้อง