

ทิศทางและยุทธศาสตร์

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์ขององค์การ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม เป้าหมาย ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และมาตรการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรหลักด้านคุ้มครองผู้บริโภคและส่งเสริมผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อประชาชนสุขภาพดี

คำอธิบายวิสัยทัศน์

เป็นองค์กรหลัก หมายถึง เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่โดยตรง

คุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ หมายถึง การควบคุม กำกับดูแล ตรวจสอบ เฝ้าระวัง ทั้งก่อนและหลังผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

ส่งเสริมผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ หมายถึง พัฒนาศักยภาพ และเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการให้สามารถประกอบการได้ตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด รวมถึงยกระดับมาตรฐานการประกอบการให้สามารถแข่งขันได้

ประชาชนสุขภาพดี หมายถึง ประชาชนไม่เสียชีวิต หรือเจ็บป่วยร้ายแรง (Serious injury) จากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

๒. ภารกิจตามกฎหมาย/พันธกิจยุทธศาสตร์

๒.๑) ภารกิจตามกฎหมาย^๑

กำหนดให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขมีภารกิจเกี่ยวกับการปกป้องและคุ้มครองสุขภาพของประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ ซึ่งล้วนถือเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยผลิตภัณฑ์สุขภาพเหล่านั้นต้องมีคุณภาพและปลอดภัย มีการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องด้วยข้อมูลทางวิชาการที่มีหลักฐานเชื่อถือได้และมีความเหมาะสม เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยและสมประโยชน์ โดยมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร กฎหมายว่าด้วยยา กฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง กฎหมายว่าด้วยวัตถุอันตราย กฎหมายว่าด้วยวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท กฎหมายว่าด้วยยาเสพติดให้โทษ กฎหมายว่าด้วยเครื่องมือแพทย์ กฎหมายว่าด้วยการป้องกันการใช้สารระเหย และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๒) พัฒนาระบบและกลไก เพื่อให้มีการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบ

(๓) เฝ้าระวัง กำกับ และตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการและการโฆษณา รวมทั้ง ผลอันไม่พึงประสงค์ของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาระบบความปลอดภัยด้านสารเคมีของประเทศ และเป็นแกนกลางร่วมดำเนินการกับองค์กรระหว่างประเทศด้านสารเคมี ตลอดจนมีการติดตามหรือเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจากภายในประเทศและภายนอกประเทศ

^๑ กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พ.ศ. ๒๕๕๒ ลงวันที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๕๒.

(๔) ศึกษา วิเคราะห์ วิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยี และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

(๕) ส่งเสริม และพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า รวมทั้ง เพื่อให้ผู้บริโภคนั้นมีการร้องเรียนเพื่อปกป้องสิทธิของตนได้

(๖) พัฒนาและส่งเสริมการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยการมีส่วนร่วมของภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ประชาชน และเครือข่ายประชาคมสุขภาพ

(๗) พัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อให้งานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพของประชาชนและผลประโยชน์ของประเทศชาติ

(๘) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานหรือตามที่รัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

๒.๒) พันธกิจเพื่อการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์

(๑) พัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการดูแลตนเอง เพื่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย ถูกต้อง และเหมาะสม

(๒) ส่งเสริมและพัฒนากการประกอบการให้มีศักยภาพแข่งขันได้ในระดับสากล เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ

(๓) ควบคุม กำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีประสิทธิผล

(๔) ส่งเสริมความมั่นคงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้คนไทยสามารถเข้าถึงได้ในยามปกติและภาวะฉุกเฉิน

๓. เป้าหมาย

ผู้บริโภคปลอดภัย ผู้ประกอบการก้าวไกล ระบบคุ้มครองสุขภาพไทยยั่งยืน

๔. ตัวชี้วัดความสำเร็จภายในปี พ.ศ. ๒๕๗๙

(๑) ไม่พบผู้บริโภคที่เสียชีวิต หรือเจ็บป่วยร้ายแรง (Serious injury) จากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ปลอดภัย

(๒) ประเทศไทยเป็นประเทศชั้นนำ ๑ ใน ๓ ของเอเชีย ที่เป็นฐานการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพของโลก

๔. ค่านิยม

Thai FDA

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

๖. ประเด็นยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

- (๑) พัฒนาระบบและกลไกการควบคุม กำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก และเป็นมาตรฐานสากล (Smart Regulation)
- (๒) พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ให้ผู้บริโภครู้เท่าทันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Smart Consumer)
- (๓) พัฒนางานบริการสู่ความเป็นเลิศและให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขัน (Smart Service)
- (๔) พัฒนาและยกระดับองค์กรให้มีสมรรถนะสูง (Smart Organization)
- (๕) พัฒนาสารสนเทศและองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ทันสมัย (Smart Information)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑	พัฒนาระบบและกลไกการควบคุม กำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุก และเป็นมาตรฐานสากล (Smart Regulation)
-------------------------------	---

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์

ระบบการควบคุม กำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพมีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ผลงาน ปี ๒๕๖๑	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.				
			๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖
ร้อยละของผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการตรวจสอบได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนด	ร้อยละ		๙๕	๙๕	๙๕	๙๕	๙๕

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนากฎหมายผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ทันต่อสถานการณ์และสอดคล้องสากล

มาตรการ

๑. ปรับปรุงกฎหมายและพัฒนากฎหมายผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เป็นมาตรฐานตามหลักสากล โดยใช้แนวปฏิบัติที่ดีด้านกฎระเบียบ (Good Regulatory Practice : GRP) ดังนี้

๑.๑ รวบรวม วิเคราะห์ และทบทวนกฎหมายทั้งหมด เพื่อกำหนดมาตรการแก้ไขและสร้างกลไกในการขับเคลื่อนกฎหมายให้เป็นไปตามหลัก GRP

๑.๒ จัดทำแผนพัฒนากฎหมายด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพระยะ ๓ ปี และ ๕ ปี

๑.๓ ดำเนินการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนากฎหมายผลิตภัณฑ์สุขภาพทุกฉบับให้ทันต่อสถานการณ์และสอดคล้องกับสากลโดยใช้หลัก GRP ให้แล้วเสร็จภายใน ๕ ปี

๒. จัดทำประมวลกฎหมายผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความเป็นเอกภาพ ดังนี้

๒.๑ ศึกษารูปแบบ ข้อดี-ข้อเสีย และแนวทางการจัดทำประมวลกฎหมายผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๒.๒ วิเคราะห์กฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดทำประมวลกฎหมายผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๒.๓ กำหนด Roadmap และขับเคลื่อนการจัดทำประมวลกฎหมายผลิตภัณฑ์สุขภาพ

โดยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบการควบคุม กำกับดูแลก่อนออกสู่ตลาด (Pre-marketing control) ตามหลักความเสี่ยง และตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการประเมินที่เป็นสากล (Good Review Practice)

มาตรการ

๑. พัฒนาระบบการควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพก่อนออกสู่ตลาด (Pre-marketing) ให้มีประสิทธิภาพ

๑.๑ จัดกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพและผู้ประกอบการตามความเสี่ยง (Risk based Approach) เพื่อสร้างกลไกการควบคุมกำกับดูแลให้เหมาะสม

๑.๒ พัฒนาระบบการพิจารณาอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพตามเกณฑ์หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการประเมินที่เป็นสากล (Good Review Practice)

๑.๓ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้และเข้าใจในการขออนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Good Submission Practice)

๑.๔ ส่งเสริมให้มีความรับผิดชอบต่อการประกอบการของตนเองให้มีมาตรฐานและความปลอดภัย (Self-Regulation)

๒. จัดตั้งหน่วยวิชาการประเมินผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๒.๑ นำร่องจัดตั้งหน่วยประเมินวิชาการ ปี ๒๕๖๒

๒.๒ จัดตั้ง “สถาบันวิชาการประเมินผลิตภัณฑ์สุขภาพ” อย่างเป็นทางการครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ในปี ๒๕๖๖

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาระบบการควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post - marketing Control) ให้เข้มแข็ง และมีประสิทธิภาพ

มาตรการ

พัฒนาระบบการควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post - marketing Control) อย่างเข้มงวด และบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง ดังนี้

๑. จัดตั้ง “กองเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ” เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการตรวจจับปัญหาและจัดการผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ปลอดภัย

๒. เพิ่มประสิทธิภาพงาน Post-marketingเชิงรุก

๒.๑ พัฒนาระบบงานเฝ้าระวังด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ (๔ ด้าน ๖ มิติและ เครื่องมืออัตโนมัติ ในการตรวจจับสัญญาณ

๒.๒ วางแผนและดำเนินการการปราบปรามผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย แบบครบวงจร (เชื่อมโยง ๔ ด้าน ๖ มิติ เฝ้าระวัง เก็บตัวอย่าง ตรวจสอบ สืบสวน ประมวลผลหลักฐาน เปรียบเทียบปรับ ดำเนินคดี ยึดอายัด และสื่อสาร)

๒.๓ ควบคุม กำกับการโฆษณาให้เป็นไปตามกฎหมาย และร่วมกับเครือข่ายในการ เฝ้าระวังการโฆษณา

๒.๔ พัฒนาระบบรับและจัดการเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สายด่วน/ application/องค์กรในพื้นที่

๓. บูรณาการบังคับใช้กฎหมายร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. บก.ปคบ. สคบ. DE, DSI เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ ๔ สร้างและพัฒนาเครือข่ายการควบคุม กำกับ ดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ครอบคลุมและเข้มแข็ง

มาตรการ

๑. สร้างและพัฒนาเครือข่ายการเฝ้าระวังผ่านระบบบริการปฐมภูมิ
๒. กระจายอำนาจและสร้างความเข้มแข็งให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๓. สร้างการมีส่วนร่วมกับเครือข่ายในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคทั้งภายในและ นอก กระทรวง
๔. จัดทำแผนบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการในดำเนินการร่วมกันของทุกภาคส่วน
๕. ผลักดันให้บรรจุนักคุ้มครองผู้บริโภคเป็นภารกิจหนึ่งของเขตสุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๕ พัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความเข้มแข็ง เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

มาตรการ

๑. จัดทำและขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ด้านต่างประเทศให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้
๒. พัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๓. พัฒนาศักยภาพในการเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในเวทีระดับสากล

กลยุทธ์ที่ ๖ ขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ระดับประเทศด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

มาตรการ

- จัดทำยุทธศาสตร์ระดับประเทศด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่สามารถขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ดังนี้
๑. จัดทำนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาระบบยา อาหาร เครื่องมือแพทย์ของประเทศไทย
 ๒. ขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนฯ ให้บรรลุตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์
 ๓. สร้างกลไกการเชื่อมโยงกับนโยบายแห่งชาติของกระทรวง (National Health board)

กลยุทธ์ที่ ๗ พัฒนากลไกการจัดการผลิตภัณฑ์สุขภาพในภาวะวิกฤติ

มาตรการ

๑. จัดทำแผนรองรับภาวะฉุกเฉิน มีการสื่อสารไปยังผู้เกี่ยวข้องและดำเนินการตามซ้อมแผนทุกปี
๒. พัฒนาระบบการพิจารณาอนุญาต/การนำเข้าผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อรองรับภาวะฉุกเฉิน

กลยุทธ์ที่ ๘ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของหน่วยงาน ด้วยรูปแบบองค์กรที่มีความอิสระและคล่องตัว

มาตรการ

๑. สร้างเครือข่ายนักวิจัย และนักวิชาการเพื่อสนับสนุนองค์ความรู้และข้อมูลในการตัดสินใจ เพื่อปรับรูปแบบองค์กรให้เหมาะสม
๒. สร้างการมีส่วนร่วมจากคนในองค์กร สื่อสารทำความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง
๓. ทบทวนองค์ความรู้ รูปแบบองค์กรของต่างประเทศ สร้างทางเลือก และตัดสินใจ บนพื้นฐานของข้อมูล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒

พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ให้ผู้บริโภครู้เท่าทันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Smart Consumer)

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์

ผู้บริโภคมีความรู้เท่าทันและมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง โดยนำองค์ความรู้มาใช้เพื่อการดูแลตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคมได้

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ผลงานปี ๒๕๖๑	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.				
			๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖
ร้อยละของผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	ร้อยละ	๘๕.๔๐	๘๒.๕๐	๘๓.๐๐	๘๓.๕๐	๘๔.๐๐	๘๔.๕๐

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาผู้บริโภคให้มีความรู้เท่าทันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงพัฒนาเครือข่าย

มาตรการ

- พัฒนาสื่อ ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสื่อสารและให้ความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภค (consumer empowerment)
- พัฒนาเครือข่ายภาคประชาชน และเครือข่ายระดับพื้นที่ รวมถึงขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาและส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

มาตรการ

- พัฒนาช่องทางให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น
- พัฒนาช่องทาง และสื่อสารให้ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนเพื่อปกป้องสิทธิของตนเอง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓	พัฒนางานบริการสู่ความเป็นเลิศและให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขัน (Smart Service)
-------------------------------	---

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ผลงาน ปี ๒๕๖๑	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.				
			๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖
ร้อยละของมูลค่าการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เพิ่มขึ้น	ร้อยละ	-	๓	๔	๕	๖	๗

กลยุทธ์ที่ ๑ เพิ่มประสิทธิภาพงานบริการให้มีความรวดเร็วและทันสมัย

มาตรการ

๑. พัฒนาระบบการให้บริการ ผ่านระบบ e-Service
๒. พัฒนาระบบ Call center อย.
๓. พัฒนาระบบ Counter Service ณ จุดเดียว
๔. จัดทำสื่อเรียนรู้สำหรับผู้ประกอบการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาศักยภาพ และเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการรองรับกฎระเบียบใหม่และส่งเสริมการส่งออก

มาตรการ

๑. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถขึ้นทะเบียนได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด
๒. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถส่งออกได้

กลยุทธ์ที่ ๓ สนับสนุนการเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการหน้าใหม่

มาตรการ

ให้คำแนะนำและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่ม Start up, OTOP, SMEs ให้สามารถขึ้นทะเบียนได้

กลยุทธ์ที่ ๔ พัฒนาระบบการรับรองและประเมินสมรรถนะผู้ประกอบการ

มาตรการ

๑. พัฒนาหลักสูตรการประเมินสมรรถนะผู้ประกอบการ
๒. มาตรการบริหารฝึกอบรม
๓. มาตรการจัดระบบได้รับ Certificate
๔. มาตรการสร้างแรงจูงใจผู้ที่ได้ Certificate

กลยุทธ์ที่ ๕ ส่งเสริมผู้ประกอบการให้พัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพนวัตกรรม

มาตรการ

๑. มีกลไกการสนับสนุนการวิจัย และพัฒนานวัตกรรมบริการอนุญาต รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ คาดการณ์ได้ และเพิ่มโอกาสการแข่งขัน
๒. พัฒนากลไกเชิงรุกเพื่อกำกับ ดูแลนวัตกรรมผลิตภัณฑ์การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และผลิตภัณฑ์คาบเกี่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔	พัฒนาและยกระดับองค์การให้มีสมรรถนะสูง (Smart Organization)
-------------------------------	---

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์

อย. มีระบบบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ปี ๒๕๖๑	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.				
			๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖
จำนวนหมวดที่ได้รับรางวัลคุณภาพการจัดการจัดการภาครัฐ (PMQA)	จำนวน	๑ หมวด	๑ หมวด	๑ หมวด	๑ หมวด	๑ หมวด	๑ หมวด

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์การให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Quality Award : PMQA)

มาตรการ

๑. พัฒนาองค์การตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐอย่างต่อเนื่อง (Gap ตามเกณฑ์ PMQA)
๒. พัฒนาระบบ กลไกขับเคลื่อนองค์การให้มีสมรรถนะสูงที่สอดคล้องกับเกณฑ์การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Quality Award : PMQA) เช่น สร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากร การสื่อสารองค์การ
๓. ส่งเสริมและพัฒนาระบบกระบวนการภายในให้มีความชอบธรรม โปร่งใสตรวจสอบได้
๔. ทบทวน จัดทำข้อเสนอในการปรับโครงสร้างของ อย. ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบการบริหารจัดการบุคลากรสู่การเป็นองค์การสมรรถนะสูง

มาตรการ

๑. ปรับปรุงกระบวนการ/กลไกการบริหารทรัพยากรบุคคลให้ได้มาตรฐาน สอดรับกับบริบทและทิศทางขององค์กรในอนาคต (การสรรหา พัฒนา รักษาไว้ซึ่งคนดี คนเก่ง และใช้ประโยชน์ โดยจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมและส่งเสริมให้บุคลากรทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มศักยภาพ)
๒. ส่งเสริมให้บุคลากร ได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและ มีความสุขในการทำงาน เพื่อยกระดับความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กร

๓. ส่งเสริมและพัฒนาให้บุคลากรมีความพร้อมเข้าสู่ตำแหน่งทางการบริหาร และวิชาการที่สำคัญ (Succession Plan)

๔. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ (Smart Worker) เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

๕. สร้างจิตสำนึกที่สอดคล้องกับค่านิยมของ อย. ในบุคลากรทุกระดับ

๖. สร้างแนวคิการทำงานแบบบูรณาการความร่วมมือ ลดข้อจำกัดต่างๆ ด้วยหลักการ “จากหน่วยงานของฉัน สู่อย. ของเรา” ในบุคลากรทุกระดับ

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาระบบบริหารงานบนพื้นฐานดิจิทัล (Digital Platform)

มาตรการ

๑. พัฒนาให้เป็น e-Government ทั้งทั้งองค์กร ทั้งงานหลักและงานสนับสนุน

๒. ปรับปรุงระบบการทำงานและกระบวนการให้ทันสมัย สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วบนพื้นฐานดิจิทัล

๓. แสวงหาและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ (แอปพลิเคชันระบบ) ในการปฏิบัติงานบนพื้นฐานดิจิทัล

๔. ส่งเสริมให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมใช้งานแอปพลิเคชันระบบที่ได้พัฒนาขึ้น เพื่อสร้างความยั่งยืนของระบบ

๕. จัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพครอบคลุมทุกระบบงานของ อย.(รวมถึงฐานข้อมูลรองรับ PMQA) ตลอดจนเชื่อมโยงข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน กระทรวง

๖. พัฒนาระบบรายงานผลที่ใช้งานได้และเชื่อมโยงกับระบบต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถกำกับติดตาม ตลอดจนนำไปกำหนดทิศทาง เป้าหมายการดำเนินงานของ อย.ได้อย่างทันการณ์ (Real Time)

๗. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลให้ครอบคลุมทุกภารกิจของ อย.

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕	พัฒนาสารสนเทศและองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ทันสมัย (Smart Information)
-------------------------------	--

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์

อย. มีข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมีความทันสมัยและสาธารณะเข้าถึงได้

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ผลงาน ปี ๒๕๖๑	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ.				
			๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖
๑. ร้อยละของสารสนเทศและองค์ความรู้ที่ทันสมัยที่พัฒนาขึ้น ได้เผยแพร่สู่สาธารณะ	ร้อยละ	-	-	-	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
๒. ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลังข้อมูล (Big Data) ของ อย.	ร้อยละ	-	-	-	๗๐	๗๕	๘๐

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาสารสนเทศและคลังความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

มาตรการ

๑. สํารวจสถานการณ์ข้อมูลที่มีอยู่ปัจจุบัน และรายการข้อมูลของที่จำเป็นต่อการทำงาน คบส. ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
๒. จัดทำรายการมาตรฐานข้อมูลสำหรับการจัดทำ Big Data ของ อย.
๓. รวบรวมและเชื่อมโยงข้อมูลที่มีทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงสร้างสารสนเทศที่ตรงตามความต้องการเพื่อใช้พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมองค์กร เช่น ระบบแจ้งเตือนภัยผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๔. รวบรวมและเผยแพร่สื่อ ข้อมูลองค์ความรู้ ข่าวสารต่างๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย อย่างครบถ้วนทันสมัยในคลังข้อมูล อย.
๕. สื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงช่องทางการเข้าถึงคลังข้อมูลเพื่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์
๖. พัฒนาระบบการสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้เพื่อการพัฒนาคลังข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบงานวิจัยเพื่อพัฒนาระบบและสร้างนวัตกรรมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ

มาตรการ

๑. จัดทำแผนยุทธศาสตร์งานวิจัย และโครงการวิจัยรองรับยุทธศาสตร์
๒. สร้างนักวิจัย/ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยในแต่ละสาขาของงาน คบส. และพัฒนาระบบสร้างแรงจูงใจในการทำวิจัย
๓. พัฒนาเครือข่ายการวิจัยภายในองค์กร และสร้างภาคีเครือข่ายการวิจัยกับองค์กรภายนอก
๔. พัฒนาระบบคลังข้อมูลและองค์ความรู้เพื่อสนับสนุนการทำงานวิจัย
๕. พัฒนาแนวทางในการดำเนินงานวิจัยที่เป็นมาตรฐานขององค์กร และระบบควบคุมคุณภาพมาตรฐานงานวิจัย

๖. ดำเนินงานวิจัยตามแผนที่กำหนด รวมทั้ง สนับสนุน และให้คำปรึกษาด้านการวิจัยงานอื่นๆ แก่บุคลากร อย.

๗. พัฒนาระบบการติดตามและขับเคลื่อนผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเป็นนวัตกรรม เพื่อแก้ไขปัญหาองค์กรและงาน คบส ของประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาให้ อย. เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

มาตรการ

๑. จัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการความรู้และการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
๒. สร้างกลไกบรรยากาศการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบด้วยการสร้างชุมชนแนวปฏิบัติ (Communities of Practice –CoP) ในแต่ละองค์ความรู้ตามยุทธศาสตร์
๓. จัดทำรายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้ด้านต่างๆ และระบุดูแลผู้ต้องการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้
๔. รวบรวมองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญมาเก็บไว้อย่างเป็นระบบ และสร้างช่องทางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้เจ้าหน้าที่ทั้งส่วนกลางและภูมิภาคสามารถเข้าถึงได้ ผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ได้แก่ Weblog E-Learning, Facebook Live, YouTube
๕. ประมวลวิเคราะห์องค์ความรู้และสร้างกลไกให้เกิดการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเป็นนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาองค์กรและงาน คบส .ของประเทศ