

ทิศทางและยุทธศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑

จากผลการประเมินศักยภาพองค์การ โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ในบทที่ผ่านมา ได้นำมา กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์ขององค์การ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม เป้าประสงค์ ผลการดำเนินงานที่คาดหวัง ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และมาตรการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. วิสัยทัศน์

องค์การที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ด้านการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ให้มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีประสิทธิผล เพื่อการคุ้มครองสุขภาพของประชาชน

คำอธิบายวิสัยทัศน์

องค์การที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล หมายถึง องค์การที่มีการพัฒนาระบบกำกับ ดูแล เพื่อให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานหรือระบบคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล มีระบบการประเมินผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประสิทธิภาพ เช่น การมีผู้ประเมินภายในที่มีความเชี่ยวชาญด้านการประเมินผลิตภัณฑ์สุขภาพ การจัดตั้งหน่วยตรวจและประเมินผลิตภัณฑ์สุขภาพแห่งชาติ รวมถึง การนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

กำกับดูแล หมายถึง การควบคุม กำกับดูแล ตรวจสอบ เฝ้าระวัง และส่งเสริม ให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการประกอบการ ทั้งก่อนและหลังผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานสากล

ผลิตภัณฑ์สุขภาพ หมายถึง อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือนหรือทางสาธารณสุข และวัตถุเสพติดที่ใช้ในทางการแพทย์ วิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรม

เพื่อการคุ้มครองสุขภาพของประชาชน หมายถึง เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพ และปลอดภัยต่อสุขภาพ มีองค์ความรู้ในการเลือกซื้อ เลือกใช้ ผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้องเหมาะสม รวมถึงได้รับการสื่อสารข้อมูลความเสี่ยงอย่างรวดเร็ว ครอบคลุม และทันเหตุการณ์

๒. ภารกิจตามกฎหมาย/พันธกิจยุทธศาสตร์

๒.๑) ภารกิจตามกฎหมาย^{๔๒}

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 ตลอดจนมีการติดตามหรือเฝ้าระวัง

ข้อมูลข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจากภายในประเทศและภายนอกประเทศ

(๓) ศึกษา วิเคราะห์ วิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยี และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

(๔) ส่งเสริม และพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า รวมทั้ง เพื่อให้ผู้บริโภคนั้นมีมาร้องเรียนเพื่อปกป้องสิทธิของตนได้

(๕) พัฒนาและส่งเสริมการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยการมีส่วนร่วมของภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ประชาชน และเครือข่ายประชาคมสุขภาพ

(๖) พัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อให้งานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพเกิดประโยชน์ต่อสุขภาพของประชาชนและผลประโยชน์ของประเทศชาติ

(๗) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานหรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

๒.๒) พันธกิจเพื่อการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์

๑. ควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีประสิทธิผล รวมถึงการประกอบการให้เป็นไปตามกฎหมายและสอดคล้องกับสากล
๒. พัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการดูแลตนเอง เพื่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสม
๓. ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความสามารถทางการแข่งขันในระดับสากล

๓. ค่านิยม

“Thai FDA”

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

๔. เป้าประสงค์ ภายใน ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

๑. ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพมีคุณภาพ และปลอดภัย
๒. ประชาชนสามารถดูแลตนเองได้ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๓. ผู้ประกอบการสามารถยกระดับมาตรฐานการประกอบการ และมีโอกาสในการแข่งขันในระดับสากล

๕. ผลการดำเนินงานที่คาดหวัง

๑. ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๒. ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง
๓. ผู้ประกอบการสามารถยกระดับมาตรฐานการประกอบการ สามารถแข่งขันได้
๔. องค์กรมีระบบการบริหารจัดการที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

๖. ยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

๑. พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๒. พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ให้แก่ผู้บริโภค
๓. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อสร้างโอกาสด้านการแข่งขัน
๔. พัฒนาและยกระดับองค์การให้มีสมรรถนะสูง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑
พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์ : ระบบการควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพมีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์ :

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยวัด	ผลงาน ที่ผ่านมา (เป้าหมาย)	ค่าเป้าหมาย ๕ ปี (พ.ศ.)				
			๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔
ร้อยละของผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจาก อย.	ร้อยละ	๘๒.๖ (๙๕)	๙๕	๙๖	๙๗	๙๘	๙๙

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบการควบคุม กำกับดูแล และส่งเสริม ผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ได้มาตรฐาน และเอื้อต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ

มาตรการ

๑. พัฒนาระบบการควบคุม และกำกับดูแล ผลิตภัณฑ์สุขภาพก่อนออกสู่ตลาด (Pre – marketing Control) ให้มีประสิทธิภาพ สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และนวัตกรรม และสอดคล้องหรือเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ภายใต้แนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดย
 - ๑.๑ ทบทวนกระบวนการ เพื่อปรับหรือลดขั้นตอนให้มีความรวดเร็วและถูกต้อง
 - ๑.๒ จัดกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพตามความเสี่ยง เพื่อควบคุมผลิตภัณฑ์สุขภาพตามความเสี่ยง
 - ๑.๓ พัฒนาระบบประเมินผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีประสิทธิภาพ
๒. พัฒนาระบบการควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพหลังออกสู่ตลาด (Post - marketing Control) อย่างเข้มงวด
 - ๒.๑ จัดการผลิตภัณฑ์สุขภาพ สถานประกอบการ และโฆษณาที่ผิดกฎหมาย โดยใช้มาตรการทางกฎหมายและมาตรการทางปกครองอย่างเข้มงวด
 - ๒.๒ พัฒนาระบบการกำกับ ดูแล ตรวจสอบ เฝ้าระวัง ติดตาม เตือนภัย (Post Marketing Alert System) ที่รวดเร็ว และเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ
 - ๒.๓ สร้างความเข้มแข็งด้านการตรวจสอบ เฝ้าระวัง ผลิตภัณฑ์สุขภาพตามแนวชายแดน
๓. พัฒนาและปรับปรุงกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ทันต่อสถานการณ์และสอดคล้องสากล
 - ๓.๑ จัดทำ และปรับปรุงกฎหมายให้ทันสถานการณ์ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและสอดคล้องกับสากล
 - ๓.๒ พัฒนาระบบการออกกฎหมายให้เป็นมาตรฐานตามหลักสากล โดยใช้แนวทาง

ของ Good Regulatory Practice (GRP)

๔. ยกระดับกระบวนการควบคุมผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สอดคล้องตามมาตรฐานสากล
 - ๔.๑ พัฒนากระบวนการควบคุมผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สอดคล้องตามมาตรฐานสากล
 - ๔.๒ เทียบเคียงกระบวนการควบคุมผลิตภัณฑ์สุขภาพกับหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล (Benchmarking/Best Practice)

กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับผิดชอบต่อการประกอบการ* ของตนเองให้มีมาตรฐานและความปลอดภัย

มาตรการ

๑. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ผู้ใช้ และผู้บริโภค โดยต้องรับรองคุณภาพ ความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์สุขภาพของตนเอง (Self Declaration)
 ๒. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร่วมกันกำกับ ดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพกันเองให้มีมาตรฐานและความปลอดภัย (Self Regulation) ก่อนที่จะผลิต นำเข้าหรือจำหน่าย
- * การประกอบการ หมายถึง การผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และให้รวมถึงการโฆษณาด้วย

กลยุทธ์ที่ ๓ ถ่ายโอนภารกิจ*งานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพไปให้หน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนอื่น

- * การถ่ายโอนภารกิจ หมายถึง การโอนภารกิจจากภาครัฐไปให้หน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนอื่น ประกอบด้วย
๑. การโอนภารกิจจากภาครัฐไปให้หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วย
 - ๑.๑ การมอบอำนาจ คือ มอบอำนาจที่ตนเองมีอยู่ให้หน่วยงานอื่นรับไปดำเนินการ เช่น ภายในส่วนราชการ ภายในกระทรวง นอกกระทรวง และส่วนภูมิภาค เป็นต้น
 - ๑.๒ การกระจายอำนาจ คือ การโอนภารกิจไปให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดำเนินการแทน
 ๒. การโอนภารกิจจากภาครัฐไปให้เอกชนดำเนินการแทน เช่น Outsourcing (การถ่ายโอนงานที่มีในงานหลักให้เอกชนดำเนินการแทน) และ Contracting out (การว่าจ้างเอกชน) เป็นต้น
 ๓. การโอนภารกิจจากภาครัฐไปให้ภาคประชาสังคมดำเนินการตามความสมัครใจ (จิตอาสา)

กลยุทธ์ที่ ๔ สร้างและพัฒนาเครือข่ายการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมทั้งประสานความร่วมมือในการดำเนินงานตรวจสอบ เฝ้าระวังให้มีประสิทธิภาพ

มาตรการ

๑. พัฒนาศักยภาพของเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีอยู่ให้มีความเข้มแข็งและต่อเนื่อง สามารถกำกับดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๒. ขยายเครือข่ายงานการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพเพิ่มขึ้นทั้งในระดับชุมชน อำเภอ จังหวัด และประเทศ
๓. บูรณาการการจัดการปัญหาด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งในระดับมหภาค และในระดับพื้นที่ ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒
พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ให้แก่ผู้บริโภค

เป้าประสงค์ประเด็นยุทธศาสตร์ : ผู้บริโภคมีความรู้ และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง โดยนำองค์ความรู้มาใช้ในการดูแลตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคมได้

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์ :

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยวัด	ผลงาน ที่ผ่านมา (เป้าหมาย)	ค่าเป้าหมาย ๕ ปี (พ.ศ.)				
			๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔
๑. ร้อยละของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายมีความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	ร้อยละ	๙๐.๒ (๙๐)	๙๐	๙๐.๕	๙๑	๙๑.๕	๙๒
๒. ร้อยละของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	ร้อยละ	๘๒.๘ (๘๒.๕)	๘๒.๕	๘๓	๘๓.๕	๘๔	๘๔.๕

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาศักยภาพให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง
มาตรการ

๑. พัฒนาสื่อองค์ความรู้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
๒. พัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่ให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
๓. พัฒนารฐานข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้มีข้อมูลที่ต้องการ ทันสมัย สามารถเข้าถึงได้สะดวก รวดเร็ว

กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสม
มาตรการ

๑. สร้างความตระหนักในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคให้ถูกต้อง
๒. ส่งเสริมผู้บริโภคให้รู้สิทธิ หน้าที่ สามารถร้องเรียนเมื่อได้รับความเสียหายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาและขยายเครือข่ายภาคประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาศักยภาพ
ผู้บริโภค
มาตรการ

๑. พัฒนาเครือข่ายภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่มีอยู่ให้มีความเข้มแข็ง (เช่น อย. น้อย, อสม.) และมีศักยภาพในการดำเนินงาน
๒. ขยายเครือข่ายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๓. พัฒนาความร่วมมือกับสื่อมวลชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓
พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อสร้างโอกาสด้านการแข่งขัน

เป้าประสงค์ของประเด็นยุทธศาสตร์ ผู้ประกอบการมีการประกอบการที่ยั่งยืน มีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและมีศักยภาพในการแข่งขันในระดับสากล

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์ :

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยวัด	ผลงานที่ผ่านมา (เป้าหมาย)	ค่าเป้าหมาย ๕ ปี (พ.ศ.)				
			๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔
ร้อยละของสถานที่ผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพกลุ่มเป้าหมายได้รับการพัฒนา ยกระดับและได้รับการรับรองตามมาตรฐานที่กำหนด	ร้อยละ	-	๘๐	๘๐	๘๕	๙๐	๙๕

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถยกระดับมาตรฐาน และมีความสามารถในการแข่งขัน
มาตรการ

๑. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านมาตรฐานการผลิต นำเข้า และกระจายผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก
๒. พัฒนาขีดความสามารถการขออนุญาตของผู้ประกอบการ
๓. พัฒนาระบบการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการและผู้วิจัยและพัฒนา เพื่อให้เกิดนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สุขภาพที่สอดคล้องกับกฎหมาย
๔. จัดทำระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลที่จำเป็น และเข้าถึงได้ง่าย สำหรับการประกอบธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๕. ส่งเสริม สนับสนุนการประกอบธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ให้เป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
๖. ส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดเครือข่ายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนขีดความสามารถของผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาคูณภาพงานบริการให้มีความรวดเร็ว มีมาตรฐาน โปร่งใสและเป็นธรรม
มาตรการ

๑. พัฒนา และปรับปรุงกฎหมายเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจ
๒. ปรับปรุงงานบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และเกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ
๓. ยกระดับมาตรฐานการให้บริการ โดยนำระบบคุณภาพมาใช้
๔. พัฒนาผู้ให้บริการให้มีความรู้ ความเข้าใจ สามารถปฏิบัติงานเป็นมาตรฐานเดียวกันและมีจิตบริการ
๕. นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการให้บริการประชาชน เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ และให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔
พัฒนาและยกระดับองค์การให้มีสมรรถนะสูง

เป้าประสงค์ของประเด็นยุทธศาสตร์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีระบบบริหารจัดการองค์การที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ตัวชี้วัดประเด็นยุทธศาสตร์	หน่วยวัด	ผลงาน ที่ผ่านมา (เป้าหมาย)	ค่าเป้าหมาย ๕ ปี (พ.ศ.)				
			๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔
ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบบริหารจัดการ	ระดับ	๕ (๕)	๕	๕	๕	๕	๕

กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาการดำเนินงานระหว่างประเทศ (International Strategy) ด้านการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ

มาตรการ

๑. พัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๒. พัฒนาระบบงานในการเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในเวทีระดับอาเซียน

กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาให้เป็นองค์การอิเล็กทรอนิกส์ (e - Government)

มาตรการ

๑. จัดทำสถาปัตยกรรมองค์การของ อย. อิเล็กทรอนิกส์
๒. พัฒนาระบบงานการทำงานขององค์การให้เป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์
 - ๒.๑ พัฒนาระบบสารสนเทศให้เอื้อต่อการบริการและการปฏิบัติงาน
 - ๒.๒ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและคลังความรู้ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้สามารถสนับสนุนเป้าหมายขององค์การ

มาตรการ

๑. พัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญ เป็นมืออาชีพ เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
 - ๑.๑ พัฒนาและประเมินศักยภาพบุคลากรตาม Technical competency และ Career path
 - ๑.๒ พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ด้าน Regulatory Science
 - ๑.๓ พัฒนาศักยภาพนิสิตจังหวัดให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มอบอำนาจให้ตามกฎหมาย
 - ๑.๔ พัฒนาทีมเจรจาให้มีศักยภาพและทักษะในการเจรจาต่อรองเกี่ยวกับข้อตกลงกฎระเบียบ หลักเกณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
 - ๑.๕ พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ อย. ให้เป็นผู้ประเมินภายใน (Internal Reviewer)

๒. พัฒนาระบบบริหารบุคลากรให้เกิดความเชื่อมั่นต่อองค์กร
 - ๒.๑ สรรหาและรักษาบุคลากรให้มีความผูกพันกับองค์กร
 - ๒.๒ พัฒนาระบบการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan)
 - ๒.๓ ส่งเสริมจริยธรรมของบุคลากร

กลยุทธ์ที่ ๔ พัฒนาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน

มาตรการ

๑. สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization: LO)
๒. พัฒนาการจัดการความรู้ และงานวิจัย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร นำไปสู่การแข่งขันในระดับอาเซียน
 - ๒.๑ พัฒนางค์การไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ (Knowledge Management)
 - ๒.๒ ส่งเสริมให้องค์กรผลิตงานวิจัย เพื่อใช้เป็นองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
 - ๒.๓ ส่งเสริม สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมในองค์กร