

บทสรุปเสนอผู้บริหาร

CIPO คณะที่ ๕๙ แผนงานระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๙

นายแพทย์ไพศาล ดั่นคุ้ม รองเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

๑. สถานการณ์ :

ระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมีเป้าหมายต้องการให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพปลอดภัย โดยมีภารกิจที่สำคัญ ๓ ด้าน คือ ๑. การควบคุมกำกับดูแลก่อนออกสู่ตลาด (Pre-marketing Control) ๒. การควบคุมกำกับดูแลหลังออกสู่ตลาด (Post-marketing Control) และ ๓. การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและการสื่อสารความเสี่ยงไปยังผู้บริโภค (Risk Communication and Consumer Empowerment)

๒. มาตรการดำเนินงาน :

มี ๔ มาตรการในการผลักดันให้บรรลุเป้าหมาย ดังนี้ ๑. พัฒนาระบบการควบคุมกำกับก่อนและหลังออกสู่ตลาด ๒. บังคับใช้กฎหมาย ๓. พัฒนาระบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและการสื่อสารความเสี่ยงไปยังผู้บริโภค และ ๔. พัฒนากลไกการจัดการระบบคุ้มครองผู้บริโภคระดับเขต/จังหวัด

๓. เป้าหมาย : พัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีประสิทธิภาพ ทันท่วงที เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพ ปลอดภัย

๔. ผลการดำเนินงานในรอบ ๖ เดือนแรก (ตุลาคม ๒๕๕๘ - มีนาคม ๒๕๕๙) :

จัดทำรูปแบบการจัดการปัญหาด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อเป็นต้นแบบให้หน่วยงานที่รับผิดชอบอำนาจเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สามารถจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ได้ในแนวทางเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การจัดการปัญหาเกี่ยวกับเครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้ โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น ๓ ขั้นตอน ได้แก่ ๑) การเฝ้าระวัง (Surveillance) จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น การจดแจ้งของผู้ประกอบการ จากการร้องเรียน การโฆษณาจากแหล่งข่าว เช่น Social media, Facebook, Line ซึ่งเป็นข้อมูลนำไปสู่การขออนุญาตและการตรวจสอบ ๒) การตรวจสอบ (Inspection) หลังจากได้ข้อมูลการเฝ้าระวังแล้ว จะดำเนินการสุ่มตรวจสอบผลิตภัณฑ์และฉลากในสถานที่ผลิต นำเข้า จำหน่าย ร้านชำ ร้านเสริมสวย และจาก Social media ว่าปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ เช่น มีสารห้ามใช้ การจดแจ้งเป็นเท็จ การโฆษณาโอ้อวด หรือฉลากไม่ถูกต้อง หากพบว่าไม่ถูกต้อง จะดำเนินการขั้นที่ ๓) การจัดการ (Response) โดยถ้าพบผลิตภัณฑ์ผิดกฎหมาย จะดำเนินการยึด/อายัด/ขอให้เรียกคืนออกจากตลาด ในส่วนผู้ประกอบการจะเชิญให้มาชี้แจง ปรับปรุง แก้ไข หรือดผลิต นำเข้า และจำหน่าย และหากเป็นสื่อโฆษณา จะเชิญเจ้าของสื่อให้มาชี้แจง หรือระงับการโฆษณา หากพบกระทำความผิดจริงจะดำเนินคดีกับผู้ประกอบการ/เจ้าของสื่อ ประกาศผลวิเคราะห์ เพิกถอนใบรับแจ้ง และให้ความรู้ที่ถูกต้องกับผู้บริโภค ดังภาพ



๕. แผนการดำเนินงานระยะต่อไป :

๕.๑ คัดเลือกผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ต้องเฝ้าระวังจับตาเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นกลุ่มเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดปัญหาต่อสุขภาพ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประชาชนบริโภคในชีวิตประจำวัน

๕.๒ จัดทำรูปแบบการจัดการปัญหาด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อเป็นต้นแบบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ได้ในแนวทางเดียวกัน ผลิตภัณฑ์ละ ๑-๒ รูปแบบ รวมประมาณ ๘ รูปแบบ