

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ เป็นการรวบรวมผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ คุ่มครองผู้บริโภคดีด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐาน ส่วนที่ ๒ แผนการดำเนินงาน ส่วนที่ ๓ ผลการดำเนินงาน ส่วนที่ ๔ วิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐาน

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้รับจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ภายใต้ ยุทธศาสตร์ “ผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ปลอดภัยสมประโยชน์” ในผลผลิตที่ ๒ ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ ได้รับจัดสรร งบประมาณจำนวน ๗๒,๐๒๙,๑๐๐ บาท มีผลเบิกจ่ายงบประมาณร้อยละ ๑๐๐

ส่วนที่ ๒ แผนการดำเนินงาน

สำหรับการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการคุ่มครองผู้บริโภคดีด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี งบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ ประกอบด้วย

- การเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่างๆ
- การประชาสัมพันธ์เชิงรุกและทั่วไป เพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคอย่าง ปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นต่อ อย. ในฐานะองค์กรคุ่มครองผู้บริโภค และให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน เช่น การแจกเบาะแส การร้องเรียน เป็นต้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว เป็นต้น

- การจัดทำโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสุขภาพ
- สร้าง สนับสนุน และพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินงานคุ่มครองผู้บริโภคอย่างเป็น รูปธรรมและยั่งยืน เช่น เครือข่าย อย.น้อย เครือข่ายภาคประชาชน เป็นต้น

โดยมีตัวชี้วัด แบ่งออกเป็น ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ และตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ คือ ร้อยละ ๙๑.๕ ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง และร้อยละ ๘๓.๕ ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ คือ จำนวนเรื่อง/ครั้ง ที่มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค จำนวน ๒๙๙ เรื่อง/๕๓๕ ครั้ง และจำนวนโครงการที่รณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสุขภาพที่ถูกต้อง จำนวน 3 โครงการ

ส่วนที่ ๓ ผลการดำเนินงาน

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ปฏิบัติราชการตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ โดยได้รับจัดสรรงบประมาณจำนวน ๗๒,๐๒๙,๑๐๐ บาท มีผลเบิกจ่ายงบประมาณร้อยละ ๑๐๐



นอกจากนี้ยังมีการเบิกจ่ายงบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากงบกลาง อย.จำนวน ๓๓,๒๕๖,๖๔๙.๒๐ บาท ภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินงาน พบว่า มีทั้งสามารถดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และไม่สำเร็จตามเป้าหมายสรุปได้ ดังนี้

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
กิจกรรมหลักที่ ๒.๑ ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	- ร้อยละ ๙๑.๕ ของผู้บริโภครที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - ๒๙๙ เรื่อง/ ๕๓๕ ครั้ง ที่มีการถ่ายทอดความรู้	๑๐๐.๐๐%	- ดำเนินงานประเมินผล เพื่อหา ร้อยละของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี ๒๕๕๖” พบว่าร้อยละ ๙๔.๖ ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - ดำเนินการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวน ๓๘๖ เรื่อง/๖๘๑ ครั้ง
กิจกรรมที่ ๒.๒ หนุนรงค์ให้ผู้บริโภครมีพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	ร้อยละของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง (ร้อยละ ๘๓.๕)	๙8.44% (ร้อยละพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ปี 2556 / เป้าหมาย ปี 2556)	ดำเนินการประเมินผล เพื่อหา ร้อยละของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี ๒๕๕๖” พบว่าร้อยละ ๘๒.๒ ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ไม่บรรลุตามตัวชี้วัดที่วางไว้
- โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภครมีพฤติกรรมที่ถูกต้องด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	๓ โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินโครงการ อย.น้อย, โครงการอาหารปลอดภัย, โครงการอย่าหลงเชื่อ



ส่วนที่ ๔ วิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

สำหรับการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖ พบปัญหาอุปสรรค ประกอบด้วย

๑. ในการดำเนินงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคที่ผ่านมาไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้การกำหนดรูปแบบการทำงานประชาสัมพันธ์ การพัฒนาพฤติกรรม การขยายเครือข่าย ตลอดจนเลือกใช้สื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างได้ไม่คุ้มค่า

๒. ในการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมนั้น ยังอยู่ในระดับความร่วมมือ (collaborative) เฉพาะในโครงการ และกิจกรรมต่าง ๆ เท่านั้น เช่น การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ในโครงการ อย.น้อย เป็นต้น แต่ยังไม่อาจมีส่วนร่วมในระดับที่เสริมอำนาจประชาชน (Empowerment) ให้มีการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการกำหนดนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้

3. ในส่วนของการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธี e-auction ที่เน้นการจ้างงานบริษัทที่เสนอราคาถูกที่สุดนั้น ทำให้ได้บริษัทที่ไม่ตรงกับความต้องการ เนื่องจากอาจมีบริษัทที่มีความเหมาะสมมากกว่าบริษัทที่เสนอราคาต่ำสุด

4. ข้อจำกัดด้านบุคลากร : ท่ามกลางความต้องการปริมาณงานที่มากขึ้น และสมบูรณ์แบบในทุกๆด้าน ทว่าอัตรากำลังของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคยังคงตัว ทำให้ขาดความสมดุลระหว่างปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งบุคลากรต้องปฏิบัติงานอื่นนอกเหนือจากภาระหน้าที่หลัก และในบางกรณีทำงานนั้นไม่ตรงกับสมรรถนะโดยตรงของบุคลากรทำให้บุคลากรปฏิบัติงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

๑. แม้ว่าผลิตภัณฑ์สุขภาพบางผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาโอ้อวดเกินจริง แต่ก็มีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ยังแสดงความต้องการในการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการปกป้องสิทธิของประชาชน

๒. จากรายงานการวิจัยเรื่อง การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี ๒๕๕๖ พบว่า “สื่อกิจกรรม เป็นสื่อที่ประชาชนรับรู้มากที่สุด” ควรมีการกิจกรรมที่สอดคล้องกับงานขยายเครือข่ายให้มากที่สุด เพื่ออาศัยเครือข่ายในการเป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในวงกว้าง หรือหากิจกรรมที่อยู่ในความสนใจของประชาชน การจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ หรือรณรงค์สมควรวางแผนให้เหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในงบประมาณที่จำกัด

๓. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานที่มีต้นทุนทางด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญในการเพิ่มบทบาทตนเองให้เป็นศูนย์กลางข้อมูล และผู้ผลิตเนื้อหาสาระที่มีผลสะท้อนต่อกระบวนการรับรู้ของประชาชนโดยทั่วไป และเป็นที่ต้องการสื่อมวลชนแขนงต่างๆ สามารถหยิบยกไปเผยแพร่ต่อไป

แนวทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕7

๑. มุ่งเน้นขยายเครือข่ายให้ภาคส่วนต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคมากขึ้น



๒. เพิ่มช่องทางและความถี่ของการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

๓. เผยแพร่ ปรับปรุง และพัฒนาช่องทางการสื่อสาร เช่น Oryor Smart Application โดย เพิ่มหมวดหมู่ที่เป็นประโยชน์และเข้าถึงผู้บริโภคให้มากขึ้น เน้นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักประโยชน์ของ Oryor Smart Application ในการปกป้องตนเองและผู้อื่นจากผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก ออย.

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรที่เป็นเลิศในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้พึ่งพาตนเองได้

พันธกิจ

1. พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้สามารถเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสม และพึ่งตนเองได้
2. พัฒนาเครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืน
3. พัฒนาระบบงานให้มีประสิทธิภาพ คล่องตัว ทันสมัย และมีภาพลักษณ์องค์กรที่ดี เป็นที่ยอมรับของสังคม

เป้าประสงค์

๑. ประชาชนมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างรู้เท่าทันและพึ่งตนเองได้
๒. เครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมีความเข้มแข็ง มีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคอย่างยั่งยืน
๓. พัฒนางองค์กรให้มีคุณภาพ บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ มีระบบงานที่มีประสิทธิภาพ สร้างขวัญ กำลังใจและสร้างเสริมวัฒนธรรมองค์กรและภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่เชื่อมั่นของสังคมทุกภาคส่วน

กลยุทธ์



๑. เสริมสร้างความรู้ของประชาชนในการเลือกซื้อบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยพัฒนาองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ความรู้ที่หลากหลายทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเผยแพร่ โดยจัดทำฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เข้าถึง และสืบค้นได้ง่าย และสร้างสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค
๒. สร้างความตระหนัก และกระแสการบริโภคเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง รณรงค์พัฒนาพฤติกรรมของประชาชนในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย มีประโยชน์ โดยวิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการอย่างทั่วถึง
๓. สร้างและพัฒนาภาคีเครือข่ายด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ กระตุ้นให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ มีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค โดยถ่ายทอดเชื่อมโยงความรู้ และสร้างแกนนำเครือข่ายในทุกกลุ่มเป้าหมาย และสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน (CSR)
๔. พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ สร้างแรงจูงใจและพัฒนามาตรฐานการปฏิบัติงานของบุคลากรในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ สนับสนุนงานวิจัย จัดทำระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

๑. พัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคให้สามารถเลือกหาและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า รวมทั้งมีการส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภคให้รู้จักปกป้องและเรียกร้องสิทธิ ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย
๒. ส่งเสริม เผยแพร่ความรู้และสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านทางสื่อและรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ
๓. พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความน่าสนใจ เข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลทันสมัย สะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ
๔. พัฒนาเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๕. วิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๖. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย



ความเชื่อมโยงประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าหมายการให้บริการ กลยุทธ์ ผลผลิต และกิจกรรมระดับกรม สู่ระดับกอง

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556

วิสัยทัศน์(Vision)	“เป็นองค์กรที่เป็นเลิศในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้พึ่งพาตนเองได้”			
พันธกิจ(Mission)	๑. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสม และพึ่งตนเองได้ ๒. พัฒนาเครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืน ๓. พัฒนาระบบงานให้มีประสิทธิภาพ คล่องตัว ทันสมัย และมีภาพลักษณ์องค์กรที่ดี เป็นที่ยอมรับของสังคม			
เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ (Goals)	๑. ประชาชนมีศักยภาพในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างพึ่งตนเองได้ ๒. เครือข่ายด้านพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการมีความเข้มแข็ง และยั่งยืน			
↓	↓	↓	↓	↓
วัตถุประสงค์ เป้าประสงค์ Objective	๑. ประชาชนมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างรู้เท่าทัน และพึ่งตนเองได้	๒. เครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมีความเข้มแข็ง มีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน	๓. พัฒนางค์กรให้มีคุณภาพ บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ มีระบบงานที่มีประสิทธิภาพ สร้างขวัญกำลังใจและสร้างเสริมวัฒนธรรมองค์กร และภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่เชื่อมั่นของสังคมทุกภาคส่วน	
↓	↓	↓	↓	↓
กลยุทธ์ Strategies	กลยุทธ์ ๑ เสริมสร้างความรู้ของประชาชนในการเลือกซื้อบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยพัฒนาองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาช่องทางเผยแพร่ความรู้ที่หลากหลายทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการเผยแพร่ โดยจัดทำฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เข้าถึง และสืบค้นได้ง่าย และสร้างสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	กลยุทธ์ ๒ สร้างความตระหนัก และกระแสการบริโภคเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง รณรงค์พัฒนาพฤติกรรมของประชาชนในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย มีประโยชน์ โดยวิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการอย่างทั่วถึง	กลยุทธ์ ๓ สร้างและพัฒนาภาคีเครือข่ายด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ กระตุ้นให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ มีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ โดยถ่ายทอดเชื่อมโยงความรู้ และสร้างแกนนำเครือข่ายในทุกกลุ่มเป้าหมาย และสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน (CSR)	กลยุทธ์ ๔ พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ สร้างแรงจูงใจและพัฒนามาตรฐานการปฏิบัติงานของบุคลากรในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ สนับสนุนงานวิจัย จัดทำระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ
ผลผลิต ตัวชี้วัด	ความรู้ที่เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ (เชิงปริมาณ)	กิจกรรมที่รณรงค์กับประชาชน (เชิงปริมาณ)	เครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือ (เชิงปริมาณ)	ระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ (เชิงปริมาณ)



<p>จำนวนองค์ความรู้ที่เผยแพร่ (เชิงคุณภาพ) ประชาชนมีความรู้ด้านบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ เหมาะสม</p>	<p>จำนวนโครงการที่รณรงค์ (เชิงคุณภาพ) ประชาชนมีพฤติกรรมในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่เหมาะสม</p>	<p>จำนวนภาคีเครือข่าย/จำนวนแกนนำ/จำนวนโครงการ ที่ร่วมมือกับเครือข่าย (เชิงคุณภาพ) เครือข่ายที่ดำเนินการได้ตามแผนงานที่กำหนด</p>	<p>ระดับความสำเร็จในการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร (เชิงคุณภาพ) โครงการยุทธศาสตร์ที่ดำเนินการได้ตามแผนยุทธศาสตร์</p>
---	--	---	---



โครงสร้างการจัดการองค์กร

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร ได้มีการจัดระบบโครงสร้างภายใน เพื่อให้การดำเนินงานและการบริหารงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผล ซึ่งแบ่งออกเป็น ดังนี้

๑. กลุ่มเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
๒. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมกรบริโภค
๓. กลุ่มพัฒนาระบบ
๔. พัฒนาเครือข่าย
๕. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป

โดยในแต่ละหน่วยงานมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

๑. กลุ่มเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 1.1 วิเคราะห์ข่าวสารที่ปรากฏทางสื่อมวลชนทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อนำมาพัฒนางานและประชาสัมพันธ์ หรือสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องทางวิชาการและการดำเนินงานของสำนักงาน
- 1.2 จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเชิงรุก เพื่อสร้างความตื่นตัวแก่ผู้บริโภคร ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย และดึงผู้บริโภครเป็นแนวร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร
- 1.3 จัดทำข่าวสำนักงาน และจัดแถลงข่าว เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รวมทั้งสาระความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นที่สนใจของประชาชน
- 1.4 ประสานงานและดำเนินงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน และร่วมผลักดันงานคุ้มครองผู้บริโภคร
- 1.5 ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือที่ดีของบุคลากรในสำนักงาน โดยอาศัยระบบเสียงตามสาย และบอร์ดประชาสัมพันธ์
- 1.6 ติดตามและตรวจตัดข่าวจากหนังสือพิมพ์ วิเคราะห์และนำเสนอผู้บริหาร เพื่อพิจารณาดำเนินการได้ทันต่อสถานการณ์ และเหมาะสม
- 1.7 จัดทำและดูแลข้อมูลในระบบประชาสัมพันธ์ ทางระบบสำนักงานอัตโนมัติ
- 1.8 จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก
- 1.9 วางแผนในการใช้ พัฒนาปรับปรุง บำรุงรักษาโสตทัศนูปกรณ์อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.10 ออกแบบและผลิตสื่อโสตทัศนวัสดุ สิ่งพิมพ์ และงานศิลปกรรม
- ๑.๑๑ ออกแบบและตกแต่งสถานที่ในกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น นิทรรศการ แถลงข่าว เป็นต้น
- 1.12 จัดการและให้บริการโสตทัศนูปกรณ์



- 1.13 ให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ไอศตทัศน์อุปกรณ์
- 1.14 วิเคราะห์สภาพปัญหาการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อหาแนวทาง และจัดทำแผนการเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค
- 1.15 เผยแพร่ความรู้ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และทางสื่ออื่นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีศักยภาพในการดูแลตนเอง สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสมและปลอดภัย
- 1.16 จัดทำและผลิตวารสารที่เป็นสื่อกลางระหว่าง อย. กับกลุ่มเป้าหมาย
- 1.17 พัฒนาและดูแลเว็บไซต์ อย. ดอทคอม และโปรแกรมประยุกต์บนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้บริโภคเข้ามาสืบค้นความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว
- 1.18 บริหารจัดการข่าวและข้อมูลความรู้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Twitter เป็นต้น
- 1.19 ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

๒. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- ๒.๑ วิเคราะห์สภาพปัญหาการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อหาแนวทาง และจัดทำแผนการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค
- ๒.๒ จัดทำและดำเนินโครงการเพื่อพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชน ให้ถูกต้อง เหมาะสม และปลอดภัย
- ๒.๓ พัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรที่ดำเนินการเพื่อผู้บริโภค
- ๒.๔ สนับสนุนองค์กรผู้บริโภคให้มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม มีความต่อเนื่อง และสมประโยชน์
- ๒.๕ ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาบทบาทในการคุ้มครองสิทธิของตนเอง
- ๒.๖ จัดทำและดำเนินโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน
- ๒.๗ ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

๓. กลุ่มพัฒนาเครือข่าย มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 3.1 วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครือข่าย เช่น กลุ่มเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เรื่องหรือประเด็นที่จะนำไปสู่การสร้างเครือข่าย กระบวนการมีส่วนร่วมของ



เครือข่าย การสนับสนุนเครือข่าย การประเมินผลการพัฒนาเครือข่าย เป็นต้น เพื่อนำมาจัดทำแผน/โครงการพัฒนาเครือข่าย

- ๓.๒ สำรวจและจัดทำระบบฐานข้อมูลเครือข่าย เช่น เครือข่ายโรงเรียน อัย.น้อย เครือข่ายคณะทำงานภาคประชาชน เครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครวม เป็นต้น เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเครือข่าย และปรับปรุงระบบฐานข้อมูลให้ทันสมัย มีความถูกต้อง
- ๓.๓ ถ่ายทอดและผลักดันแนวคิดงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครวมเครือข่าย เช่น เครือข่ายครูและนักเรียนอัย.น้อย เครือข่ายคณะทำงานภาคประชาชน เครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครวม เป็นต้น เพื่อให้เกิดเครือข่ายที่เข้มแข็งและมีส่วนร่วมสนับสนุนการดำเนินงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครวมด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของ อัย. ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
- 3.4 จัดทำสื่อความรู้และสื่อสนับสนุนที่เหมาะสมกับแต่ละเครือข่าย เพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.5 จัดทำและพัฒนารูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างสัมพันธ์ เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูล และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้ต่าง ๆ สู่นักเรียน
- 3.6 ประเมินผลการดำเนินงานพัฒนาเครือข่าย เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาเครือข่ายต่อไป
- 3.7 ถ่ายทอดบทเรียนการดำเนินงานของเครือข่ายที่ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นต้นแบบแก่เครือข่ายอื่น ๆ
- 3.8 ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

๔. กลุ่มพัฒนาระบบ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- ๔.๑ จัดทำแผนงาน งบประมาณ โครงการ และกำกับติดตามการดำเนินการ ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการสาธารณสุข นโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวงสาธารณสุข และนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- ๔.๒ วางแผน ดำเนินการศึกษาวิจัย และประสานงานส่งเสริมการวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการดำเนินการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค
- ๔.๓ พัฒนาบุคลากรของกอง ตลอดจนทำหน้าที่ประสานงานเรื่องการอบรมกับหน่วยงานผู้จัดอบรม
- ๔.๔ ประเมินผลการปฏิบัติงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัยและวางแผนการดำเนินงาน



- ๔.๕ สนับสนุนข้อมูลการดำเนินงานศึกษาวิจัยด้านคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจ
- 4.6 พัฒนาระบบฐานข้อมูล และระบบคอมพิวเตอร์ของกอง เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้บริโภคเข้ามาสืบค้นความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว
- ๔.๗ ปฏิบัติงานด้านข้อมูลข่าวสารของราชการของกอง และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของกองในการรวบรวมข้อมูลสารนิเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มภารกิจอื่น ๆ
- 4.8 พัฒนาระบบการปฏิบัติงานของกองให้มีประสิทธิภาพ และจัดระบบการควบคุมภายใน
- 4.9 บริการรับ ประสาน และตอบสนองเรื่องร้องเรียน
- 4.10 เฝ้าระวังการโฆษณา
- ๔.๑๑ ประมวลผล จัดทำสถิติ และวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงระบบการรับและประสานเรื่องร้องเรียน
- ๔.๑๒ ตอบปัญหาทางวิชาการแก่ประชาชนที่สอบถามมาทางช่องทางต่าง ๆ
- ๔.๑๓ พัฒนาระบบฐานข้อมูลการรับและประสานการตอบสนองเรื่องร้องเรียน
- ๔.๑๔ จัดทำหลักเกณฑ์ ขั้นตอน และกรอบการดำเนินงานประสานบริการเรื่องร้องเรียน
- ๔.๑๕ ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูลการร้องเรียน เพื่อวางแผนการดำเนินงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
- ๔.๑๖ ปฏิบัติงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

๕. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- ๕.๑ งานสารบรรณ งานธุรการ รับ-ส่ง เอกสาร จัดเก็บรักษาเอกสาร จัดทำสำเนาเอกสาร งานแจ้งเวียนหนังสือ ระเบียบ คำสั่ง ที่เกี่ยวข้อง งานติดต่อ ประสานงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง
- ๕.๒ งานการเจ้าหน้าที่ ควบคุม ตรวจสอบ และจัดทำรายงาน เวลาปฏิบัติราชการของเจ้าหน้าที่ ตรวจสอบ และจัดทำเรื่องเบิกจ่าย เงิน พตส. และเงินไม่ทำเวชของเภสัชกรในหน่วยงาน ตรวจสอบประวัติการรับเครื่องราชฯของข้าราชการ
- ๕.๓ งานการเงินและงบประมาณ จัดทำทะเบียนคุมเงินงบประมาณของหน่วยงาน ควบคุม กำกับ ติดตาม การใช้จ่ายเงินงบประมาณของหน่วยงานให้เป็นไปตามแผนเบิกจ่ายเงินงบประมาณของหน่วยงาน
- ๕.๔ งานพัสดุ/ครุภัณฑ์ จัดหา จัดซื้อ จัดจ้าง วัสดุ ครุภัณฑ์ของหน่วยงาน จัดจ้างซ่อมแซม บำรุงรักษา ครุภัณฑ์ของหน่วยงาน ควบคุม เบิกจ่ายและ จัดทำทะเบียน พสดุ ครุภัณฑ์ของหน่วยงานตรวจสอบวัสดุครุภัณฑ์คงเหลือและจัดทำรายงาน พสดุ ประจำปีงบประมาณ จำหน่ายพัสดุหมดสภาพ



- ๕.๕ งานอาคารสถานที่และยานพาหนะควบคุมดูแลการใช้รถยนต์ราชการ/ รวบรวมและจัดทำ
รายงานการใช้ยานพาหนะและน้ำมันเชื้อเพลิง จัดซ่อม บำรุงรักษา งานสาธารณูปโภค ไฟฟ้า
ประปา โทรศัพท์ และอาคารสถานที่ ควบคุมดูแลการใช้ห้องประชุมของหน่วยงาน
- ๕.๖ งานอำนวยการและสนับสนุนกลุ่มอื่นๆ
- ๕.๗ ปฏิบัติงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ : ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖

สรุป	๕๘ คน
ข้าราชการ	๒๗ คน
ลูกจ้างประจำ	๑ คน
พนักงานราชการ	๑ คน
ลูกจ้างเหมา	๒๘ คน

อัตรากำลัง

- เกษีซกร ๖ อัตรา
- นักวิชาการอาหารและยา ๓ อัตรา
- นักวิชาการเผยแพร่ ๑๓ อัตรา
- นักจัดการงานทั่วไป ๑ อัตรา
- เจ้าพนักงานธุรการ ๔ อัตรา

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร ได้มีการพิจารณาโครงสร้าง ภารกิจกลุ่ม/ฝ่าย ตลอดจนพิจารณาจัด
ข้าราชการเข้าสู่ตำแหน่ง ให้เกิดความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ความคล่องตัวและ
ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยมีการจัดข้าราชการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร ดังนี้

1. นายวีระชัย นลวชัย ผู้อำนวยการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร
2. กลุ่มเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยข้าราชการ 7 คน ลูกจ้างเหมา 8

คน คือ

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| ๒.๑ นางมุสตี เวชชพิพัฒน์ | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการพิเศษ |
| ๒.๒ นายบุญทิพย์ คงทอง | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ |
| ๒.๓ นายวัชรินทร์ เครือเนียม | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ |
| ๒.๔ นางสาวนีย์ สุขแสนนาน | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ |



๒.๕ นางสาวนิตา เทียบโพธิ์	นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
๒.๖ นางสาวสุภมาศ วยอดมธุติ	นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
๒.๗ นายวิษณุ โรจน์เรืองโร	เภสัชกรชำนาญการ
๒.๘ นางสาวนระรัตน์ แสนสุข	ลูกจ้างเหมา
๒.๙ นางสาวรมิตา ธนชนวัฒน์	ลูกจ้างเหมา
๒.๑๐ นางสาวนันทิยา ถวายทรัพย์	ลูกจ้างเหมา
๒.๑๑ นางสาวกรมล พิพัฒน์ภูมิ	ลูกจ้างเหมา
๒.๑๒ นายทวชา เพชรบุญยัง	ลูกจ้างเหมา
๒.๑๓ นางสาวปภัสสร ผลโพธิ์	ลูกจ้างเหมา
๒.๑๔ นายอโนชา ชุนหสุวรรณ	ลูกจ้างเหมา
2.15 นางสาวขวัญชนก พุ่มแพร	ลูกจ้างเหมา

3. **กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมกรมการบริโภค** ประกอบด้วย ข้าราชการ 5 คน ลูกจ้างเหมา ๑ คน คือ

๓.๑ นางศิริกุล อัมพันธ์	เภสัชกรชำนาญการพิเศษ
๓.๒ นางสาวเสาวณีย์ เกตุบำรุงพร	นักวิชาการอาหารและยาชำนาญการ
๓.๓ นางสาวกมลวรรณ อินตะพันธ์	นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
๓.๔ นางสาวพัชรวรรณ แก้วกำ	นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ
3.5 นางสาวศศิธร ไม้สูงเนิน	นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ
๓.6 นางสาวภิษญาพร พุทธพัชรกุล	ลูกจ้างเหมา

๔. **กลุ่มพัฒนาระบบ** ประกอบด้วยข้าราชการ ๕ คน ลูกจ้างเหมา ๑๕ คน คือ

๔.๑ นายศุภกาญจน์ ไกคัย	เภสัชกรชำนาญการพิเศษ
๔.๒ นางวาริรัตน์ เลิศนที	เภสัชกรชำนาญการพิเศษ
๔.๓ นายภูมิพัฒน์ อรุณากร	เภสัชกรปฏิบัติการ
๔.๔ นางสาวพาฝัน กิติเงิน	เภสัชกรปฏิบัติการ
๔.๕ นายธีรุตม์ การะเกตุ	นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ
๔.๖ นางสาวณัฐรภา ไทยเรือง	ลูกจ้างเหมา

๔.๗ นางสาวกฤษณา แผลงฤทธิ์	ลูกจ้างเหมา
๔.๘ นางสาวกนกวรรณ หน่อนาค	ลูกจ้างเหมา
๔.๙ นายเอกชัย ลีลาเรืองรอง	ลูกจ้างเหมา
๔.๑๐ นางสาวภัทรพร ทองพลู	ลูกจ้างเหมา



๔.๑๑ นางสาวกรรณก แก้วขาว	ลูกจ้างเหมา
๔.๑๒ นายภาสวุฒิ กองแม่	ลูกจ้างเหมา
๔.๑๓ นางสาวกุลรดา ชาญณรงค์	ลูกจ้างเหมา
๔.๑๔ นางสาวเกศรา เกิดช่วง	ลูกจ้างเหมา
๔.๑๕ นางสาวกสิมล รอดแพ่ง	ลูกจ้างเหมา
๔.๑๖ นางสาวศศรัช เพ็องผล	ลูกจ้างเหมา
๔.๑๗ นางนุชนารถ รักษาทรัพย์	ลูกจ้างเหมา
๔.๑๘ นางสาวสิริญาพร โนนน้อย	ลูกจ้างเหมา
๔.๑๙ นางสาวโสพิศ ศรีพันธุ์	ลูกจ้างเหมา
๔.๒๐ นางสาวธิดา ชุมพล	ลูกจ้างเหมา

๕. กลุ่มพัฒนาเครือข่าย ประกอบด้วยข้าราชการ ๔ คน พนักงานราชการ ๑ คน ลูกจ้างเหมา ๒ คน

คือ

๕.๑ นางสาวทิพากร มีใจเย็น	นักวิชาการอาหารและยาชำนาญการพิเศษ
๕.๒ นางสาวจิตรา เอื้อจิตรบำรุง	นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการพิเศษ
๕.๓ นางสินีนานา โรจนประดิษฐ์	นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการพิเศษ
๕.๔ นางสาวจุฬาลักษณ์ นิพนธ์แก้ว	นักวิชาการอาหารและยาชำนาญการ
๕.๕ นางสาวสุชาดา ถนอมชู	พนักงานราชการ
๕.๖ นางสาวภควดี เจริญทิพย์	ลูกจ้างเหมา
๕.๗ นายกฤษณะ ธัญญากรณ์	ลูกจ้างเหมา

๖. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วยข้าราชการ ๕ คน ลูกจ้างประจำ 1 คน ลูกจ้างเหมา 3 คน

คือ

๖.๑ นางสาวรณช รื่นหาญ	นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ
๖.๒ นางสาวดวงใจ สาลีแก้ว	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
๖.๓ นางสาวสุนีย์ วรอิตตานนท์	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
๖.๔ นางดวงพร รัตนะ	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
๖.๕ นางพจมาน รัตนสุนทร	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
๖.๖ นางนวลพรรณ สุกสันต์รุ่งเรือง	ลูกจ้างประจำ
๖.๗ นางสาวเบญจมาศ พันทวี	ลูกจ้างเหมา
๖.๘ นางสาวเพ็ญนภา เกสร	ลูกจ้างเหมา
๖.๙ นายสิทธิชัย แพรดำ	ลูกจ้างเหมา (พนักงานขับรถ)



ระยะเวลาการดำเนินงาน

ตุลาคม ๒๕๕๕ – กันยายน ๒๕๕๖

งบประมาณการดำเนินงาน

งบกอง พศ. ใช้ไปสุทธิ	๗๒,๐๒๙,๑๐๐.๐๐
งบกลาง อย. ใช้ไปสุทธิ	<u>๓๓,๒๕๖,๗๔๙.๒๐</u>
รวมใช้งบประมาณทั้งสิ้น	<u>๑๐๕,๒๘๕,๘๔๙.๒๐</u>



แผนการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากผลิตภัณฑ์สุขภาพ อันได้แก่ อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุเสพติดและวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน ส่วนหนึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคจะต้องสัมผัสและบริโภคทุกวัน ดังนั้น การบริโภคอย่างปลอดภัยและเป็นประโยชน์ต่อร่างกายจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการส่งเสริมการค้าเสรี ผู้ประกอบการมีจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าสูง ผู้ประกอบการพยายามผลิตและพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงมีการสร้างแรงจูงใจเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อให้มียอดขายมากที่สุด ทั้งนี้ไม่ว่าจะโดยการโฆษณาทางสื่อต่างๆ ซึ่งบางครั้งก็หลอกลวงหรืออื้อวอดเกินจริง หรือการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงเพียงด้านเดียว ทำให้ผู้บริโภคสับสนและเข้าใจผิด หรือการใช้วัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ เพื่อให้ราคาสินค้าถูก มีของแถม ของแถม เหล่านี้ ล้วนมีส่วนส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่ถูกต้องทั้งสิ้น ซึ่งหากผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมแล้ว อาจทำให้ผู้บริโภคต้องสูญเสียเงินจำนวนมาก หรือหากเป็นผู้ป่วย นอกจากทำให้เสียเงิน เสียเวลา เสียโอกาสในการรักษาแล้ว อาจทำให้ได้รับอันตรายจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ อีกด้วย แต่หากผู้บริโภคมีความรู้ รู้เท่าทันผู้ประกอบการ รู้จักเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพ มาตรฐานและปลอดภัย รวมถึงมีพฤติกรรมบริโภคที่ถูกต้องเหมาะสมแล้ว ย่อมทำให้มีสุขภาพดี แข็งแรง ลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาสุขภาพจากโรคเรื้อรัง นำไปสู่การคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความปลอดภัย ซึ่งนอกจากการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพมาตรฐานแล้ว การพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประโยชน์และปลอดภัยก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งด้วยข้อจำกัดทางด้านบุคลากรและงบประมาณ ทำให้สำนักงานฯ ไม่สามารถดำเนินการกำกับดูแล



และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่และไม่สามารถระงับให้ผู้บริโภคได้ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องติดตามหาทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ สามารถคุ้มครองตนเองและครอบครัวได้ และมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ ให้รับทราบและใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาเลือกซื้อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสมและปลอดภัย รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในองค์กร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานฯ ซึ่งจะก่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงาน คุ้มครองผู้บริโภคในการแจ้งข้อมูลหรือเบาะแสเมื่อพบผลิตภัณฑ์หรือโฆษณาที่น่าสงสัย ตลอดจนการรณรงค์ ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้อง ตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกซื้อเลือกบริโภค และตื่นตัว ในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคโดยการร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม หรือได้รับอันตราย หรือเสียหายจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัย
๒. เพื่อให้ประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ
๓. เพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจาก อย.

กลยุทธ์

๑. เผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่
 - ๑.๑ สื่อโทรทัศน์ในรูปแบบรายการประจำ สารคดี สปอตโทรทัศน์
 - ๑.๒ สื่อวิทยุ ในรูปแบบรายการสารคดี สปอตวิทยุ
 - ๑.๓ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ คู่มือ ชุมนิทรรศการ จัดหมายข่าว เป็นต้น
 - ๑.๔ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ สายด่วน เป็นต้น
๒. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกและทั่วไป เพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคอย่างปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นต่อ อย.ในฐานะองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน เช่น การแจ้งเบาะแส การร้องเรียน เป็นต้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่
 - ๒.๑ สื่อโทรทัศน์ ในรูปแบบสารคดีเชิงข่าว
 - ๒.๒ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ ข่าวแจก เป็นต้น
 - ๒.๓ แอลงข่าว
๓. จัดทำโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือการ์ตูน คู่มือ เป็นต้น
 - ๓.๑ ปลุกฝังจิตสำนึกในกลุ่มเยาวชนของชาติโดยการสนับสนุนให้ทำกิจกรรมสุขภาพ



- ๓.๒ จัดกิจกรรมในพื้นที่ เช่น กิจกรรมรณรงค์ ตรวจเยี่ยม กิจกรรมประกวดเรื่องเล่า เป็นต้น
๔. สร้าง สนับสนุนและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน เช่น เครือข่าย ออย.น้อย เครือข่ายภาคประชาชน เป็นต้น

ตัวชี้วัด/เป้าหมาย

ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ

1. ร้อยละ ๙๑.๕ ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง
2. ร้อยละ ๘๓.๕ ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

1. จำนวนเรื่อง/ครั้ง ที่มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค จำนวน 299 เรื่อง/535 ครั้ง
2. จำนวนโครงการที่รณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ถูกต้อง จำนวน ๓ โครงการ

งบประมาณ

๗๒,๐๒๙,๑๐๐.๐๐ บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประชาชนมีความรู้ สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัย
2. ประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ถูกต้อง
3. ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจาก ออย.

กิจกรรม

(ตามตารางแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖)



ผลการดำเนินงาน

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖

ในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้รับงบประมาณ ๗๔,๖๒๗,๒๐๐ บาท ซึ่งได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในหลายโครงการและกิจกรรม ได้แก่ การเผยแพร่ความรู้ และประชาสัมพันธ์ผู้บริโภค การผลิตสื่อให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ โครงการ อย.น้อย โครงการอาหารปลอดภัย โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย เว็บไซต์ oryor.com เป็นต้น ซึ่งโครงการทั้งหมดดังกล่าวดำเนินการสอดคล้องประสานกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

ในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ อย่างจริงจัง ทั้งด้านการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ การประชาสัมพันธ์



และการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค โดยมีผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ ดังนี้

ผลผลิตที่ ๒ ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

กิจกรรมหลักที่ ๒.๑ โดยมุ่งให้ความรู้แก่ประชาชนผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ บทความ แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือ วีซีดี จดหมายข่าว รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ระบบ Audio text และระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็วตลอด ๒๔ ชั่วโมง เป็นการติดต่อทางปัญหาให้กับผู้บริโภค ส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัย คุ่มค่า โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

๒.๑.๑ การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค

๒.๑.๑.๑ ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน โดย

- **ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์ จำนวน ๒๐ เรื่อง ๔๐ ครั้ง**
 - **ผลิตสารคดีโทรทัศน์ชุด “แจ๊ยุคใหม่ ฉลาดใช้กับ ออย.” จำนวน ๒๐ เรื่อง**
 ๑. ยาฉีดเสริมความงาม อันตราย อย่าเสี่ยง
 ๒. ครีมหน้าขาว ทำสาวหน้าเสีย
 ๓. อะไรหนอ primary GMP
 ๔. น้ำมันทอดซ้ำ...มีอันตราย
 ๕. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดอ้วน จอมตุ๋น๖. อ่านสัณนิท ก่อนใช้เครื่องสำอาง
 ๗. ยาแก้ปวด กินมากไปไม่ดี
 ๘. กาแฟลดอ้วน ไม่ได้ผลหรอกนะ



๙. เลือกให้ดี ระวังยาปลอม
๑๐. เกลือไอโอดีน มีดีนะจะบอกให้
๑๑. ฉลาดใช้ด้วยการอ่านฉลาก
๑๒. เลือกบีกายอย่างปลอดภัย
๑๓. แก้วไฟฟ้าสถิต ให้อวดรักษาโรค
๑๔. สเปรย์กำจัดแมลง มีกลิ่นหอม แผงอันตราย



๑๕. ยาปฏิชีวนะ ต้องรู้จักใช้

๑๖. อาหารรักษาโรคไม่ได้...เชื่อเถอะ

๑๗. สุขภาพดี ด้วยฉลากหวาน มัน เค็ม

๑๘. กินกล้วยเตี๋ยวอรร้อย ปลอดภัยปนเปื้อน

๑๙. ก่อนฉีด ก่อนใช้ อ่านฉลาก GHS

๒๐. ชื่อไม่ถูกที่ถูกทาง อาจได้ยาแผนโบราณหลอกลวง

- เผยแพร่สารคดีโทรทัศน์ชุด “แจ๊วยุคใหม่ ฉลาดใช้กับ อย.” จำนวน 40 ครั้ง ตั้งแต่เดือน มีนาคม-กรกฎาคม ๒๕๕๖ ทางรายการชุมชนทางเสียงทอง ทุกวันศุกร์ ช่อง ๗ เวลา ๑๐.๓๐-๑๑.๓๐ น. จำนวน 20 ครั้ง และรายการคลับมันตรา ทุกวันอาทิตย์ ช่อง ๕ เวลา 0๙.๔๐-๑๐.๓๐ น. จำนวน 20 ครั้ง
- **ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ** จำนวน ๑๓ เรื่อง ๒๙๑ ครั้ง
 - ผลิตและเผยแพร่สารคดีวิทยุ ชุด “อย่าเสี่ยงสวยด้วยปลายเข็ม” จำนวน ๓ เรื่อง ๑๐๕ ครั้ง ออกอากาศตั้งแต่ ๑๕ ต.ค. - ๓๐ พ.ย. ๕๕ (จันทร์-ศุกร์) วันละ ๓ ครั้ง
 - ผลิตและเผยแพร่สารคดีวิทยุ ชุด “ช่วงนี้... ป่าแห่งม แนะ!!” จำนวน ๑๐ เรื่อง ๑๘๖ ครั้ง ออกอากาศตั้งแต่เดือนมี.ค.- มิ.ย. ๕๖ (จันทร์-ศุกร์)
 - ทางสถานีวิทยุคลื่น FM ๑๐๐.๕ เวลา ๗.๓๐-๘.๐๐ น. จำนวน ๓๐ ครั้ง
 - ทางสถานีวิทยุคลื่น FM ๑๐๐.๕ เวลา ๑๘.๐๐-๑๘.๓๐ น. จำนวน ๒๐ ครั้ง
 - ทางสถานีวิทยุคลื่น FM ๙๕.๐ เวลา ๕.๓๐-๗.๐๐ น. จำนวน ๕๐ ครั้ง
 - ทางสถานีวิทยุคลื่น FM ๘๙.๕ เวลา ๑๐.๐๐-๑๑.๐๐ น. จำนวน ๘๖ ครั้ง
- **ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์** จำนวน ๒๐ เรื่อง ๓๐ ครั้ง
 - ผลิตบทความรู้ทางหนังสือพิมพ์ จำนวน ๑๐ เรื่อง
 ๑. กลิ่นหอมก็อันตราย
 ๒. ชื่อยาอย่างเสี่ยง
 ๓. ทราบแล้วเปลี่ยน (น้ำมันทอดซ้ำ)
 ๔. สวย...เลือกได้
 ๕. อย่าหลงเชื่อง่าย (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร)
 ๖. หวัดกับยาปฏิชีวนะ
 ๗. โฆษณาเครื่องมือแพทย์หลอกลวง
 ๘. ยาคุมกำเนิดกับสิว
 ๙. กาแฟลดความอ้วน
 ๑๐. เครื่องสำอางดูอย่างไร
 - เผยแพร่บทความรู้ทางหนังสือพิมพ์ จำนวน ๑๐ ครั้ง



๑. เชื่อได้หรือไม่...กับโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแบบนี้
 ๒. โปรตระวัง!! ไม่อยากหน้าพังก่อนสวย อย่าหลงเชื่อโฆษณา
 ๓. โฆษณาแบบไหน ไม่ถูกหลอก
 ๔. ยาลดความอ้วน...ทำให้ผมถาวรได้จริงหรือ
 ๕. หยุดหลงเชื่อโฆษณา เครื่องมือแพทย์หลอกหลวง
 ๖. เคล็ดไม่ลับ...เลือกซื้อเครื่องสำอางให้ปลอดภัย
 ๗. กาแฟลดความอ้วน...เชื่อได้จริงหรือ??
 ๘. ไม่อยากเสียง ต้องรู้จักใช้ เครื่องสำอาง.
 ๙. บิ๊กอาย สวยหรือเสีย
 ๑๐. ซึ่ยาผิดกฎหมาย อันตรายถึงชีวิต
- ผลิตภัณฑ์ความรู้ทางนิตยสาร จำนวน ๑๐ เรื่อง
๑. กลูตาไธโอน...ช่วยให้ผิวขาว ยังจะเชื่ออีกหรือ
 ๒. โฆษณาซึ่จึ...ยาโบราณ อังรักษาได้สารพัดโรค
 ๓. ครีมหน้าขาว...ตัวการร้ายเสียงหน้าพัง
 ๔. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร...แท้จริงแล้วก็แค่อาหาร
 ๕. น้ำมันทอดซึ่...อันตราย อย่ามองซึ่
 ๖. บิ๊กอายส์...สวยอันตราย
 ๗. ยาลดความอ้วน...ใครบอกว่าไม่อันตราย
 ๘. ฉลากเครื่องสำอาง...สิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองซึ่
 ๙. ไม่อยากตกเป็นเหยื่อ อ่านฉลากก่อนซึ่เครื่องมือแพทย์
 ๑๐. ยาปลอม อันตรายถึงชีวิต อย่าคิดเสียง
- เผยแพร่บทความความรู้ทางนิตยสาร จำนวน ๒๐ ครั้ง
๑. นิตยสารฉบับละคร เรื่อง แผนรักแผนร้าย จำนวน ๑ ครั้ง
 ๒. นิตยสารฉบับละคร เรื่อง ร้อยเล่ห์เสน่ห์หลวง จำนวน ๑ ครั้ง
 ๓. นิตยสารฉบับละคร เรื่อง คุณชายพุดมิภัทร จำนวน ๑ ครั้ง
 ๔. นิตยสารฉบับละคร เรื่อง มายาสึ่มูก จำนวน ๑ ครั้ง
 ๕. นิตยสารฉบับละคร เรื่อง โดมทอง จำนวน ๒ ครั้ง
 ๖. นิตยสารฉบับละคร เรื่อง คุณชายรณพีร์ จำนวน ๒ ครั้ง
 ๗. นิตยสารฉบับละคร เรื่อง แค้นเสน่หา จำนวน 1 ครั้ง
 ๘. นิตยสารฉบับละคร เรื่อง ดาวเรือง จำนวน 1 ครั้ง
 ๙. นิตยสารคู่สร้าง คู่สม ฉบับวันที่ ๑๘ มีนาคม ๒๕๕๖ จำนวน ๑ ครั้ง
 ๑๐. นิตยสารคู่สร้าง คู่สม ฉบับวันที่ ๑ เมษายน ๒๕๕๖ จำนวน ๑ ครั้ง



๑๑. นิตยสารคู่สร้าง คู่สม ฉบับวันที่ ๑๒ เมษายน ๒๕๕๖ จำนวน ๑ ครั้ง
๑๒. นิตยสารคู่สร้าง คู่สม ฉบับวันที่ ๒๖ เมษายน ๒๕๕๖ จำนวน ๑ ครั้ง
๑๓. นิตยสารคู่สร้าง คู่สม ฉบับวันที่ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๕๖ จำนวน ๑ ครั้ง
๑๔. นิตยสารคู่สร้าง คู่สม ฉบับวันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๕๖ จำนวน ๑ ครั้ง
๑๕. นิตยสารคู่สร้าง คู่สม ฉบับวันที่ ๑๔ มิถุนายน ๒๕๕๖ จำนวน ๑ ครั้ง
๑๖. นิตยสารคู่สร้าง คู่สม ฉบับวันที่ ๒๘ มิถุนายน ๒๕๕๖ จำนวน ๑ ครั้ง
๑๗. นิตยสารคู่สร้าง คู่สม ฉบับวันที่ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๕๖ จำนวน ๑ ครั้ง
๑๘. นิตยสารคู่สร้าง คู่สม ฉบับวันที่ ๒๖ กรกฎาคม ๒๕๕๖ จำนวน ๑ ครั้ง

๒.๑.๑.๒ ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่ออื่น

- **ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ www.oryor.com** เป็นช่องทางที่มีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการ์ตูนที่ทันสมัย สีสันสดใส และสอดใส่ความสนุกสนาน เพื่อให้เหมาะสมกับเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้ www.oryor.com เป็นเว็บไซต์ที่เปรียบเสมือนคลังข้อมูลขนาดใหญ่ ที่เก็บสื่อมีเดียหลากหลายรูปแบบของ ออย. ที่ได้เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยมีการจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบและหมวดหมู่ ง่ายต่อการค้นหา รวม ๕ เมนู เช่น ORYOR Report ORYOR Fact Sheet ORYOR Animation ORYOR Game Zone ORYOR E-Magazine เป็นต้น ซึ่งในปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ได้มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ดังกล่าวโดยการนำความรู้ผ่านเมนูต่าง ๆ



➢ **เมนู ORYOR Report** ได้รวบรวมข่าวสารประเด็นร้อนที่เป็นความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ หรือผลงานต่างๆ ของ ออย. โดยผ่านรูปแบบการนำเสนอเป็น ภาพยนตร์ หรือภาพนิ่ง และยัง สามารถดาวน์โหลดข้อมูลหรือสาระความรู้เพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องไปใช้ได้อีกด้วย จำนวน ๑๐ เรื่อง ได้แก่



๑. เปิดศักราชปีงบประมาณ ๒๕๕๖ นพ.บุญชัย สมบูรณ์สุข (ว่าที่) เลขาธิการฯ อย.คนใหม่ประเดิมงานปราบปรามครั้งแรก จับล็อตใหญ่แหล่งผลิตและขายส่งผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยา เครื่องสำอางเถื่อนยี่ห้อของกลาง มูลค่ากว่า ๒.๗ ล้านบาท เดือนผู้บริโภคระวังอย่าตกเป็นเหยื่อ
๒. อย. แจงกรณียาเสพติดชนิดแก้ปวดหลังปนเปื้อนเชื้อรา ทำให้เกิดโรคเยื่อหุ้มสมองอักเสบที่สหรัฐ
๓. อย.จับมือ บก.ปคบ.บุกหลายแหล่งผลิตน้ำหนักรักษาโรคมะเร็ง ยานทุ่งครุ
๔. อย.เผยเครื่องดื่มผสมกาเฟอีนมอนสเตอร์ ที่คาดว่าทำให้เด็กเสียชีวิต ไม่มีการนำเข้าในไทย ขอให้ผู้บริโภคอย่ากังวล
๕. อย.เตือนอย่าหลงเชื่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอวดสรรพคุณเกินจริง อ้ารักษาโรค
๖. อย.ห่วงคนไทยใช้ยาพาราเซตามอลพร้าเพรื่อ แนะนำวิธีใช้ยาอย่างถูกต้อง เพื่อความปลอดภัยจากการใช้ยา
๗. อย.เตือนผู้บริโภค อย่าหลงเชื่อโฆษณาขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยา เครื่องสำอางทางเฟซบุค ระวัง! อาจปนเปื้อนสารอันตราย
๘. อย.จับมือตำรวจ บุกหลายสถานที่เก็บผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปลอม
๙. อย.ยกระดับยาเสียสาวอัลปราโซแลมเป็นวัตถุออกฤทธิ์ในประเภท ๒ คุมเข้ม! ป้องกันการนำไปใช้ในทางที่ผิด
๑๐. อย.โชว์ผลงานตรวจจับ บุกหลายแหล่งจำหน่ายกาแฟอันตรายอ้างลดอ้วน และแหล่งผลิตลูกอมที่เป็นข่าวที่อ้างแก้เมา ลดกลิ่นแอลกอฮอล์

➢ **เมนู ORYOR Fact Sheet** ข้อมูลสุขภาพจาก อย. โดยมีเนื้อหาวิชาการ ที่อ่านง่าย สีสันสะดุดตา จำนวน ๕ เรื่อง ดังนี้

๑. ใส่ตัวยาแผนปัจจุบันในตำรับยาแผนโบราณ จะมีความผิดข้อหาใดตามกฎหมาย (เผยแพร่)
๒. อาหาร น้ำ ขนม นมโรงเรียน สะอาดปลอดภัย (ผลิตและเผยแพร่)
๓. ฉลากหวาน มัน เค็ม อ่านง่าย ได้ประโยชน์ (เผยแพร่)
๔. แนวทางการใช้ยารักษาตนเอง ตอนที่ 1 (ผลิตและเผยแพร่)
๕. แนวทางการใช้ยารักษาตนเอง ตอนที่ 2 (ผลิตและเผยแพร่)

➢ **เมนู ORYOR E-Magazine** จำนวน ๕๔ เรื่อง ดังนี้

๑. Editor Talk
 - ประจำเดือน กันยายน-ตุลาคม ๒๕๕๕
 - ประจำเดือน พฤศจิกายน-ธันวาคม ๒๕๕๕
 - ประจำเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖



- ประจำเดือน มีนาคม-เมษายน ๒๕๕๖
- ประจำเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน ๒๕๕๖
- ประจำเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม ๒๕๕๖

๒. Product In Tread

- กาแฟลดความอ้วน...เชื่อได้จริงหรือ ??
- คอลลาเจน ฟीलเลอร์
- บริโภคอาหารปลอดภัยต้นรับตรุษจีน
- กินให้ปลอดภัยในหน้าร้อน
- อันตราย!!! ลวดตัดฟันแฟชั่น
- อีกรั้วโฆษณาหลอกลวง วงแหวนอ้างลดหน้าหนัก
- บทสัมภาษณ์รองเลขาธิการฯ อย. ดร. นพ. ปฐม สวรรค์ปัญญาเลิศ
(ต่อจากฉบับที่แล้ว)

๓. Biggest Interview

- อันตรายจากยาไซบูทรามิน
- บทสัมภาษณ์เลขาธิการฯ อย.
- บทสัมภาษณ์เลขาธิการฯ อย.
- บทสัมภาษณ์รองเลขาธิการฯ อย. ภญ.ศรีนวล กรกชกร
- บทสัมภาษณ์รองเลขาธิการฯ อย. ดร. นพ. ปฐม สวรรค์ปัญญาเลิศ

4. ข่าวเด่นประเด็นดัง

- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อวดอ้างรักษาโรค
- อย. ปฏิบัติการเชิงรุก บุกทลายแหล่งผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผิดกฎหมายหลายรายการ
- ไทยร่วมปฏิบัติการ OPSON จับใหญ่ของกลางอาหาร ยา เครื่องสำอางเถื่อน ลักลอบนำเข้ามูลค่ามหาศาลส่งขายให้ชาวไทยและชาวพม่า ย่านสมุทรสาคร
- อย. เตือนผู้บริโภค ระวัง ยาแผนโบราณ ฉลากไม่ตรงตามทะเบียนตำรับ โฆษณาหลอกลวง อ้างเสริมสมรรถภาพทางเพศได้
- อย. บุกทลายแหล่งผลิตลูกอม KISLIP อวดสรรพคุณแก้เมาค้างสมรรถภาพทางเพศ
- สถานการณ์โรคไข้เลือดออกในประเทศไทย

5. สวยใสสุขภาพดี ด้วยผลิตภัณฑ์สุขภาพ

- ยาเสื่อมคุณภาพ...อันตรายที่ไม่ควรมองข้าม
- กินยาพาราเซตามอลอย่างไรให้ปลอดภัย



- เพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เลือกให้ดีกว่ารับประทาน
- ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด
- ระวัง !!! โฆษณาครีมหน้าขาว อาจทำสาว ๆ หน้าพัง
- ปีกายส์ สวยอันตราย

6. ออย. Channal

- การ์ตูนแอนิเมชั่น ชุมชนสุขภาพดี ตอน หวานมันฉั่นคือเธอ (หวาน มัน เค็ม)
- การ์ตูนแอนิเมชั่น ชุมชนสุขภาพดี ตอน ยาปฏิชีวนะ อย่าใช้เรื่อยเปื่อย
- การ์ตูนแอนิเมชั่น ชุมชนสุขภาพดี ตอน เชื้อไม่ได้ ครีมหน้าขาวสวยทันใจ
- การ์ตูนแอนิเมชั่น ชุมชนสุขภาพดี ตอน กาแฟลดความอ้วน ไม่ได้ช่วยให้ผอม
- การ์ตูนแอนิเมชั่น ชุมชนสุขภาพดี ตอน ฉลากหวาน มัน เค็ม อ่านง่ายได้ประโยชน์
- สารคดีโทรทัศน์ ชุด แก้วยุคใหม่ ฉลาดใช้ กับ ออย. ตอน น้ำมันทอดซ้ำมีอันตราย



7. อ่านเพลิน ๆ

- คอลัมน์การ์ตูน ชุด แก๊งวัยใส ใสใจสุขภาพกับ ออย. ตอน ทราบแล้วเปลี่ยน
- คอลัมน์การ์ตูน ชุด แก๊งวัยใส ใสใจสุขภาพกับ ออย. ตอน ซึ้อยา อย่าเสี่ยง
- คอลัมน์การ์ตูน ชุด แก๊งวัยใส ใสใจสุขภาพกับ ออย. ตอน อย่าหลงเชื่อง่าย
- คอลัมน์การ์ตูน ชุด แก๊งวัยใส ใสใจสุขภาพกับ ออย. ตอน กลิ่นหอมก็อันตราย
- คอลัมน์การ์ตูน ชุด แก๊งวัยใส ใสใจสุขภาพกับ ออย. ตอน หัวัดกับยาปฏิชีวนะ
- คอลัมน์การ์ตูน ชุด แก๊งวัยใส ใสใจสุขภาพกับ ออย. ตอน โฆษณาเครื่องมือแพทย์ หลอกหลวง

8. สืบเนื่องจากข่าว

- ออย. บุกทลายลักลอบนำเข้าเครื่องมือแพทย์และเครื่องสำอางผิดกฎหมาย ยึดของกลางมูลค่ากว่า ๓ ล้านบาท



- อย. เตือนผู้บริโภค อย่าซื้อ อย่าใช้ เครื่องสำอางอันตราย ๓๔ รายการ เสี่ยงหน้าพัง
- อย. ปรับระดับควบคุมมาตรฐานน้ำยาล้างไตที่ใช้กับเครื่องฟอกเลือดให้เป็นสากล สร้างความมั่นใจให้กับผู้ป่วยโรคไตวายใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
- พบกาแฟอันตรายผสมสารไซบูทรามินขายเกลื่อน บุกรับพบของกลางเพียงย่านดอนเมือง
- อย. เผื่อระวังการใช้น้ำมันทอดซ้ำ เตือนอันตราย
- อย. ได้ประกาศยกระดับควบคุมอัลปราโซแลม

9. Oryor Fan Club จำนวน ๖ เรื่อง

➤ เมนู News Update จำนวน ๙ เรื่อง ดังนี้

๑. รายชื่อผลิตภัณฑ์ข่าวสารที่ได้รับผลการตรวจวิเคราะห์
๒. อย. เผยผลตรวจพิสูจน์ผลิตภัณฑ์น้ำมันรำข้าวและจมูกข้าวกล้องบิใส่ยาลดความอ้วน
๓. ออย่าหลงเชื่อโฆษณาขายยาชื่อ “ยาร่วมหวานหัวใจใหญ่ สมุนไพรประดง 109”
๔. อย. เผยผลตรวจพิสูจน์อาหาร พบสารไซบูทรามินในผลิตภัณฑ์กาแฟหลายยี่ห้อ
๕. อย. เผยไม่พบการใช้เวย์โปรตีนชนิดเข้มข้น
๖. อย. ร่างประกาศ-หลักเกณฑ์เบื้องต้นของวิธีการผลิต
๗. อย. รุกแก้ไขปัญหาคู่ค้าหยอดเหรียญที่ตกมาตรฐาน
๘. ความคืบหน้าการดำเนินงานของ อย. กรณีเวย์โปรตีนชนิดเข้มข้นปนเปื้อนแบคทีเรีย
๙. อย. ยุคดิจิทัล เปิดตัว Oryor Smart Application

● **ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ**

- ผลิต ติดตั้งบอร์ดภาพกิจกรรม และจัดแสดงนิทรรศการ จำนวน ๑๐๘ เรื่อง ๔๐ ครั้ง
- ผลิตชุดนิทรรศการ จำนวน ๑๓ เรื่อง

● **ผลิตและเผยแพร่ อย.Report** ผลิตและเผยแพร่ อย.Report เดือนละ ๑ ฉบับ ๆ ละ

๒๐,๐๐๐ เล่ม เผยแพร่ไปยังสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ โรงเรียน อย.น้อย ร้านขายยาทั่วประเทศ สำนักงานมัย สำนักงานเขต และผู้สนใจทั่วไป



๒.๑.๒ สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย

2.1.2.1 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน เพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชนในประเด็นสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ ในการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน ซึ่งในปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

- **ผลิตและเผยแพร่สื่อบริโภคภัณฑ์/เรื่องเร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์**
 - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ความยาว ๑ นาที จำนวน 11 เรื่อง 11 ครั้ง
 ๑. อย.บุกทลายแหล่งผลิตยาแผนโบราณ ย่านปทุมธานี
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ ๒๙ ม.ค.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.
 ๒. อย.นำสื่อเยี่ยมชมกิจกรรม อย.น้อย จ.หนองคาย
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ ๖ ก.พ.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.
 ๓. อย.นำสื่อเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน Primary GMP จ.หนองคาย
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ ๘ ก.พ.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.
 ๔. อย.บุกทลายแหล่งจำหน่ายกาแฟลดความอ้วน
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ ๘ มี.ค.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.
 ๕. ฉลากผลิตภัณฑ์สุขภาพ
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ ๒๕ เม.ย.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.
 ๖. ออย่าหลงเชื่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไอ้อดเกินจริง
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ ๒๙ พ.ค.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.
 ๗. โฆษณาแบบไหน...ไม่ถูกหลอก
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ ๑๑ มิ.ย.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.
 ๘. บุกทลายวิทยุชุมชนเถื่อน โฆษณาไอ้อดสรรพคุณเกินจริง
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ ๒๕ มิ.ย.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.
 ๙. อย.คลอลิตี้ออวอร์ด ประจำปีงบประมาณ 2556
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ 18 ก.ค.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.
 ๑๐. ไขข้อข้องใจ เครื่องหมาย อย.
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ 25 ก.ค.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.



๑๑. จับยาชุดอันตราย ลักลอบใส่ยาเสพติด

- ข่าวภาคค่ำ (ช่อง ๕) วันเวลาออกอากาศ 29 ก.ค.๕๖ เวลา ๒๐.๐๐ น.

● **ผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์**

- **เผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวัน โพสต์ทูเดย์ เดลินิวส์ คมชัดลึก มติชน ผู้จัดการรายวัน ข่าวสด บ้านเมือง สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ กรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ จำนวน ๙ เรื่อง ๖๔ ครั้ง**



๑. เปิบหน่อไม้ป๋ออย่างปลอดภัย จำนวน ๑ เรื่อง ๖ ครั้ง
๒. ของขวัญคุณภาพ เลือกกระเช้าปีใหม่ผลิตภัณฑ์คุณภาพ จำนวน ๑ เรื่อง ๘ ครั้ง
๓. น้ำมันทอดซ้ำ...อันตรายทั้งคนซื้อคนขาย จำนวน ๑ เรื่อง ๘ ครั้ง
๔. ไอโอดีน...สำคัญนะ จำนวน ๑ เรื่อง ๑๐ ครั้ง
๕. อีกครั้งกับ อย.ควลิตี อวอร์ด ๒๐๑๓ จำนวน ๑ เรื่อง ๑๑ ครั้ง
๖. น้ำมันทอดซ้ำ อันตรายทั้งคนซื้อ คนขาย จำนวน ๑ เรื่อง ๘ ครั้ง
๗. ครีมหน้าขาว...ตัวการร้าย เสี่ยงทำหน้าพัง จำนวน ๑ เรื่อง ๓ ครั้ง
๘. License Per Invoice จำนวน ๑ เรื่อง ๕ ครั้ง
๙. อย่าเชื่อ...โฆษณาอาหารอ้างรักษาโรคมะเร็ง จำนวน ๑ เรื่อง ๕ ครั้ง

2.1.2.2 ประชาสัมพันธ์ทั่วไป

- **ตรวจและวิเคราะห์ข่าว จำนวน ๑๕,๒๔๖ เรื่อง**
 - **แถลงข่าว จำนวน ๒๙ เรื่อง**
๑. **เปิดศักราชปีงบประมาณ ๒๕๕๖ นพ.บุญชัย สมบูรณ์สุข (ว่าที่) เลขาธิการฯ อย.คนใหม่ ประเดิมงานปราบปรามครั้งแรก จับล็อตใหญ่แหล่งผลิตและขายส่งผลิตภัณฑ์เสริม**



- อาหาร ยา เครื่องสำอางเถื่อนยี่ห้อของกลาง มูลค่ากว่า ๒.๗ ล้านบาท เตือนผู้บริโภคระวังอย่าตกเป็นเหยื่อ
๒. อย.จับมือ บก.ปคบ. บุกทลายแหล่งผลิตน้ำหนักรักษาอาการโรค ยานทุ่งครุ
 ๓. บุกทลายแหล่งขายยาแผนโบราณเถื่อนเครื่องสำอางผิดกฎหมายหลอกลวงผู้บริโภค
 ๔. บุกทลายแหล่งผลิตขายส่งผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย ส่งขายต่างจังหวัด ย่านดอนเมือง มูลค่าของกลางกว่า ๑.๕ ล้านบาท
 ๕. อย. รุกปฏิบัติการลงพื้นที่สุ่มตรวจกระเช้าของขวัญรับปีใหม่ในห้างสรรพสินค้า ป้องกันผู้บริโภคมิให้เสี่ยงอันตรายจากกระเช้าที่ไม่ได้คุณภาพ
 ๖. ไทยร่วมปฏิบัติการ OPSON จับใหญ่ส่งท้ายปี ๒๕๕๕ ยึดของกลางเติมโกดังมูลค่ามหาศาลปราบปรามผลิตภัณฑ์อาหาร ยา เครื่องสำอาง เถื่อนลักลอบนำเข้ารายใหญ่ส่งขายให้ชาวไทยและชาวพม่าย่านสมุทรสาคร
 ๗. อย. รุกปฏิบัติการลงพื้นที่สุ่มตรวจกระเช้าของขวัญรับปีใหม่ในห้างสรรพสินค้าป้องกันผู้บริโภคมิให้เสี่ยงอันตราย จากกระเช้าที่ไม่ได้คุณภาพ
 ๘. บุกทลายแหล่งผลิตยาแผนโบราณ ฉลากไม่ตรงตามทะเบียนตำรับโฆษณาหลอกลวงอ้างเสริมสมรรถภาพทางเพศ เตือนผู้บริโภคระวัง
 ๙. บุกจับร้านค้าขายกาแฟอันตรายผสมสารไซบูทรามินย่านดอนเมือง พบของกลางเพียบ!
 ๑๐. อย.โชว์ผลงานตรวจจับ ๒ ครั้งล่าสุด บุกทลายแหล่งจำหน่ายกาแฟอันตรายอ้างลดความอ้วนและแหล่งผลิต ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผิดกฎหมายรวมลูกอมที่เป็นข้าวอังก่ำแก้เมา ลดกลิ่นแอลกอฮอล์
 ๑๑. ทลายร้าน “เจ้เลี้ยง” ย่านดอนเมือง พบจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพแสดงฉลากไม่ถูกต้องเพียบ!
 ๑๒. อย. รุก! ป้องกันผู้บริโภคมิให้หลงเชื่อโฆษณาเกินจริงเปิดตัวการประกวดภาพยนตร์สั้น “อย่าหลงเชื่อง่าย”
 ๑๓. อย.จับมือวช.ลงนาม MOU ส่งเสริมสนับสนุนการวิจัย การผลิตยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้ได้คุณภาพมาตรฐาน สามารถแข่งขันกับต่างชาติเพิ่มความปลอดภัยให้ผู้บริโภค
 ๑๔. อย.แจง กรณีการตรวจสอบวัตถุอันตรายขององค์การเภสัชกรรม
 ๑๕. อย. พัฒนาการบริการจำหน่ายวัตถุเสพติดผ่านระบบสั่งซื้อออนไลน์ที่ใช้กับสถานพยาบาลทั่วประเทศ เน้นความสะดวกถูกต้อง รวดเร็วและโปร่งใส
 ๑๖. อย. ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ยา ผลิตภัณฑ์ไทยเป็นศูนย์กลาง การวิจัยทางคลินิกของภูมิภาคเอเชีย
 ๑๗. อย. ร่วมกับ กสทช. และตำรวจ บก.ปคบ. บุกทลายวิทยุชุมชนเถื่อน ย่านจรัญสนิทวงศ์ โฆษณาไอ้อวดสรรพคุณเกินจริง



๑๘. “พลังแผ่นดิน เอาชนะยาเสพติด” เฉลิมนำทีมเผายาเสพติด ปริมาณกว่า ๓ ตัน มูลค่ารวมกว่าหมื่นล้าน ๒๖ มิ.ย.นี้
๑๙. สธ.ขับเคลื่อน ๑ ทีม + อำเภอ จัดตั้งทีม PRIMARY GMP ทุกอำเภอทั่วประเทศ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผลิตโดยชุมชนด้วยมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (PRIMARY GMP)
๒๐. อย.จับมือไปรษณีย์ไทย ลงนาม MOU พัฒนาการให้บริการด้านการจัดส่งวัตถุเสพติดทางการแพทย์ เน้นความรวดเร็ว ลดขั้นตอนเพิ่มระบบความปลอดภัย
๒๑. สธ. เผยผลตรวจคุณภาพข้าวสารสูงที่จำหน่ายในท้องตลาดพร้อมลุยตรวจต่อซื้ออย่างต่อเนื่องคุ้มครองผู้บริโภคชาวไทย
๒๒. อย.นำสื่อศึกษาเส้นทางกระบวนการผลิตข้าวสูงจากโรงงานผลิตข้าวของ ซี.พี. สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค
๒๓. สธ.เอาจริงจับคลินิกย่านสนามบินน้ำ อ่างเป็นแพทย์ส่งจ่ายยาให้คนไข้
๒๔. อย.ร่วมมือตำรวจ บก.ปคบ. จับยาชุดอันตรายลักลอบใส่ยาเสพติดและยาอันตราย อ่างเป็นสมันไพรอาหารเสริม แก่สารพัดโรคอันตรายสุดๆ ผู้ใช้อาจเสียชีวิต
๒๕. อย.ยุคดิจิทัลเปิดตัว “Oryor Smart Application” นวัตกรรมทำให้ความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพรูปแบบใหม่เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต
๒๖. อย.خانรับนโยบาย รมว.สธ.แถลงยกเครื่องการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ลดขั้นตอน ลดระยะเวลา พัฒนาคุณภาพการให้บริการเน้นรวดเร็ว โปร่งใสตรวจสอบได้ถูกต้องปลอดภัย
๒๗. อย.ระดม 5 หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนถกแก้ปัญหาป้องกันการใช้ “ยา ترامาดอล” ผิดวัตถุประสงค์
๒๘. สธ.ร่วมกับ สน.หัวหมาก บุกจับคลินิกเถื่อนย่านหัวหมาก หลังพบการรักษาคนไข้จนโคมาอันตรายถึงชีวิต
๒๙. อย.จับมือ บก.ปคบ.ลุยเมืองขอนแก่นและอุดรธานีบุกจับผู้กระทำความผิดกฎหมายอย่างครบวงจรตั้งโรงงานผลิตและขายยาแผนโบราณปลอม วิทยุชุมชนเถื่อน เตือนผู้บริโภคระวัง
- จัดทำข่าวทั่วไป จำนวน ๘๕ เรื่อง
 ๑. เผยฟิลเลอร์ที่ขึ้นทะเบียนกับ อย. มีเพียง ไฮยาลูรอนิก แอซิด เท่านั้น และต้องใช้โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ
 ๒. อย. ยันไทยไม่มีการนำเข้าแผลมอนรมควันที่มีชาวปนเป็อนเชื้อแผลโมนเนลลา ขอให้ผู้บริโภควางใจ
 ๓. อย. แจง กรณียาสเตียรอยด์ฉีดแก้ปวดหลังปนเป็อนเชื้อรา ทำให้เกิดโรคเยื่อหุ้มสมองอักเสบที่สหรัฐ ยังไม่เคยพบปัญหาในไทย ขอประชาชนอย่าหวั่น
 ๔. อย. แนะนำผักผลไม้ให้สะอาดลดสารพิษตกค้าง ช่วงเทศกาลกิน



๕. อย.สั่งเรียกคืนสเปรย์กันแดดยี่ห้อดังแล้วหลังมีข่าวอาจทำให้เกิดไฟลุกไหม้ผิวหนังได้ ขอ ผู้บริโภคอย่าตื่นตระหนก เตือนหากใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทดังกล่าว ขออย่าใกล้ประกายไฟ
๖. สะดวกสุด ๆ อย. ให้ต่ออายุใบอนุญาตยาและวัตถุเสพติดทางไปรษณีย์ ประหยัดเวลาไม่ต้องมา อย.
๗. อย. เผยเครื่องดื่มผสมกาแฟอินมอสเตอร์ที่คาดว่าทำให้เด็กเสียชีวิต ไม่มีการนำเข้าใน ไทยขอผู้บริโภคอย่ากังวล
๘. อย. เผยผลคดีอาหารนำเข้าพบสารกำจัดศัตรูพืช พรอท เชื่อโรคอาหารเป็นพิษและพบ การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยไม่ได้รับอนุญาตทางสื่อต่าง ๆ
๙. อย. ย้ำมีมาตรการคุมเข้ม ปลาปนเปื้อนนิเวศวิทยากรณีปู่นไม่สามารถเล็ดลอดเข้าไทย อย่างแน่นอน
๑๐. อย. แจงมาตรการควบคุมเครื่องวัดความดันโลหิตต้องมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ ทวน สอบเครื่องทุก ๒ ปี คุมครองผู้บริโภคให้ปลอดภัย
๑๑. อย.เผยมาตรการตรวจสอบบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของบริษัท นองchim จากเกาหลีใต้ หลังพบ สารก่อมะเร็งขอให้ผู้บริโภควางใจ อย. มีให้มีสารปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์วางขายตาม ท้องตลาดเด็ดขาด
๑๒. อย. เตือนผู้บริโภค อย่าหลงเชื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยา เครื่องสำอาง ทางเฟซ บุค ระวัง ! อาจปนเปื้อนสารอันตราย
๑๓. อย. เตือน ! อย่าหลงเชื่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอวดสรรพคุณเกินจริง อ้ารักษาโรค
๑๔. อย. เผยผลตรวจวิเคราะห์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนองchim จำนวน ๕ ตัวอย่าง ไม่พบสารก่อ มะเร็ง
๑๕. อย. ชับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาร้านยาสู่การรับรอง “ร้านยาคุณภาพ” เพื่อผู้บริโภค ปลอดภัยจากการใช้ยา
๑๖. อย. เผยความคืบหน้าผลการตรวจวิเคราะห์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป “NONGSHIM” จำนวน ๒๓ ตัวอย่าง ไม่พบสารก่อมะเร็ง ขอให้ผู้บริโภคคลายกังวล
๑๗. สะดวกสุด ๆ อย. ให้ต่ออายุใบอนุญาตวัตถุอันตรายและชำระค่าธรรมเนียมผ่านทาง ธนาคาร ประหยัดเวลาไม่ต้องมา อย.
๑๘. อย. ปรับระดับควบคุมมาตรฐานน้ำยาล้างไตที่ใช้กับเครื่องฟอกเลือดให้เป็นสากล สร้าง ความมั่นใจให้กับผู้ป่วยโรคไตวายใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
๑๙. อย. ห่วงคนไทยใช้ยาพาราเซตามอลพร่ำเพรื่อบังคับแสดงข้อความคำเตือนบนฉลาก พร้อมแนะวิธีใช้ยาอย่างถูกต้อง เพื่อความปลอดภัยในการใช้ยา



๒๐. อย. เผยไทยไม่มีการนำเข้าและไม่มีการขึ้นทะเบียนยาแก้ไอน้ำเชื่อม TYNO จากปากีสถาน ตามที่เป็นข่าวมีผู้เสียชีวิตจากการกินยาน้ำแก้ไอดังกล่าว ขอประชาชนอย่าหัวนวิตก
๒๑. อย. เผยบัญชียาหลักแห่งชาติมีประสิทธิภาพในการรักษา
๒๒. อย. เข้มงวดในการจำหน่ายยาน้ำแก้ไอชนิดน้ำเชื่อม ป้องกันการนำไปใช้ผิดวัตถุประสงค์
๒๓. อย. เผยพบสารกำจัดศัตรูพืชในน้ำผักผลไม้นำเข้าหลายรายการ และพบการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยไม่ได้รับอนุญาตทางสื่อต่าง ๆ ดำเนินคดีไปแล้ว ๑๒๓ คดี รวมมูลค่ากว่า ๑.๓ ล้านบาท
๒๔. อย. แนะนำผู้บริโภคมอบกระเช้าผลิตภัณฑ์สุขภาพจากสินค้า OTOP เป็นของขวัญปีใหม่ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้มาตรฐานปลอดภัย
๒๕. อย. สนับสนุนเครื่องผสมเกลือบริโภคหนุนผู้ประกอบการช่วยผู้บริโภคไม่ขาดไอโอดีน
๒๖. อย. ย้ำเตือน ผู้ประกอบการอาหาร เครื่องสำอางและยา ปฏิบัติตามกฎหมายหากพบกระทำผิดเจอโทษทั้งจำทั้งปรับ
๒๗. อย. ส่งเสริมการผลิตยาสมุนไพรไทยให้ได้มาตรฐาน เพิ่มศักยภาพการแข่งขันรองรับ AEC เน้นประสิทธิภาพของยา ผู้บริโภคได้รับยาที่มีคุณภาพและปลอดภัย
๒๘. อย. จัดประชุมเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดแนะแนวทางกำกับดูแลผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ
๒๙. อย. ลงพื้นที่โรงเรียนนาหนึ่งพัฒนาศึกษา จ.หนองคาย นำสื่อศึกษากิจกรรมนักเรียน อย.น้อย ชนะเลิศไหวตอันดับ ๑ ของจังหวัดในการนำเสนอกิจกรรม อย.น้อย ปี ๒๕๕๕
๓๐. อย. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านทั่วไทยให้ได้มาตรฐาน Primary GMP เชิดชูให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดนำสื่อพื้นที่ จ.หนองคาย ดูงานผลิตภัณฑ์ดีเด่นโอท็อป
๓๑. อย. ปรับระดับการควบคุมวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือนหรือทางสาธารณสุข
๓๒. อย. ประกาศห้ามใช้วัตถุอันตราย “ลินเดน” ในผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดแมลงที่ใช้ในบ้านเรือนหรือทางสาธารณสุข
๓๓. อย. ดำเนินคดีผลิตภัณฑ์สุขภาพรวม ๙ รายการ เป็นเงินกว่า ๑ ล้านบาท พบสารกำจัดศัตรูพืชในผักผลไม้มาสกที่สุด
๓๔. อย. เตือนยาเสียสาวนำมาใช้ในทางที่ผิด
๓๕. อย. ปรับระดับการควบคุม “น้ำมันตระไคร้หอม” ในผลิตภัณฑ์ไล่ยุงหรือไล่แมลง
๓๖. อย. จับมือตำรวจบุกทลายสถานที่เก็บผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปลอม เตือนผู้ประกอบการอย่ากระทำผิด อย.เอาจริงแน่!
๓๗. อย. ยกระดับยาเสียสาวอัลปราโซแลมเป็นวัตถุออกฤทธิ์ในประเภท ๒ คุมเข้ม! ป้องกันการนำไปใช้ในทางที่ผิด



๓๘. อย.แจงกรณี “ยาไดแอน-๓๕” ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเสียชีวิตของผู้หญิงในฝรั่งเศส ยังไม่เคยพบปัญหาในไทย ขอประชาชนอย่าหวั่นวิตก
๓๙. อย.ปรับระดับควบคุมถุงมือสำหรับตรวจโรคให้สอดคล้องกับสากล ไม่ต้องยื่นขออนุญาต แต่ยังคงควบคุมมาตรฐานอย่างเข้มงวด ผู้บริโภควางใจได้
๔๐. บุกทลายแหล่งผลิตลูกอม KISLIP อ่างแก้เมาย่านทุ่งครุ่ยิตของกลางมูลค่ากว่า ๕ ล้านบาท
๔๑. อย.ดำเนินคดีผลิตภัณฑ์สุขภาพรวม ๖๙ รายเป็นเงินเกือบ ๘ แสนบาทโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาตยังครองแชมป์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดนปรับมากที่สุด
๔๒. เริ่มแล้ว ประกวดสถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพดีจริยธรรมเด่น รับรางวัล “อย.ควอลิตี้อวอร์ด” ปี ๒๕๕๖ เปิดรับสมัครตั้งแต่วันที่ ๓๐ เม.ย.๕๖
๔๓. อย.เฝ้าระวังการใช้น้ำมันทอดซ้ำเดือนอันตรายเสียงมะเร็งออกประกาศกำหนดโทษเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค
๔๔. อย.เข้มควบคุมสารพินาซีแอม (Phenazepam) ประกาศเป็นวัตถุออกฤทธิ์ในประเภท ๑ มีผลบังคับใช้ตามกฎหมายเร็ววันนี้ ป้องมิให้นำมาใช้ในทางที่ผิดทำให้เสียชีวิตได้
๔๕. อย.มุ่งมั่นพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตยาของไทยรับอาเซียน
๔๖. อย.เผยแพร่ดำเนินคดีผลิตภัณฑ์สุขภาพรวม ๖๑ รายเป็นเงินกว่า ๖ แสนบาท โฆษณายังครองแชมป์กระทำผิด
๔๗. อย.เตือนร้อนนี้ให้ระวังการบริโภคน้ำดื่ม น้ำแข็งและไอศกรีมเพราะเสี่ยงต่อการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ได้ง่าย
๔๘. อย.เตือนผลิตภัณฑ์ลองกานอยด์ควรมายื่นขอขึ้นทะเบียนยาให้ถูกต้อง เพราะจัดแจ้งเป็นเครื่องสำอางแต่อ้างสรรพคุณรักษาข้อเสื่อมซึ่งเป็นยา ฝ่าฝืนกฎหมาย
๔๙. อย.ส่งเสริมร้านขายยาให้พัฒนาเป็น “ร้านยาคุณภาพ” รองรับ AEC เตรียมออกกฎกระทรวงกำหนดให้ร้านยาเปิดใหม่ต้องมีคุณภาพมาตรฐานตามหลักวิธีปฏิบัติที่ดีในร้านยา
๕๐. อย.ออกประกาศควบคุมเภสัชเคมีภัณฑ์ที่มีการส่งคืน เพราะไม่ได้คุณภาพ ห้ามนำไปขายต่อ ป้องกันมิให้ผู้บริโภคได้รับความเสี่ยง
๕๑. เมื่อจะใช้ผลิตภัณฑ์โล่งควรปฏิบัติตามข้อแนะนำอย่างเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัย
๕๒. อย.เดินหน้าดำเนินคดีผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างต่อเนื่อง ผิดซ้ำซากปรับเพิ่มทวีคูณ
๕๓. แนะนำวิธีเลือกซื้อเลือกใช้ผลิตภัณฑ์กำจัดลูกน้ำยุงลาย ป้องกันภัยไข้เลือดออก
๕๔. อย.เตือน อย่าหลงเชื่อโฆษณาหลวงโลก “วงแหวนอั้งลดน้ำหนัก” แม่เหล็กช่วยลดน้ำหนักได้



๕๕. อย.ย้ำ!ประกาศยกระดับควบคุมอัลปราโซแลมมีผลบังคับใช้ ๑๗ มิ.ย.นี้ ขอให้ทุกภาคส่วนดำเนินการให้ถูกต้อง หากฝ่าฝืนมีโทษหนัก
๕๖. อย.เผยพบอาหารนำเข้าผิดมาตรฐานเพียบ ทั้งยาฆ่าแมลงวัตถุเจือปนอาหาร จุลินทรีย์ก่อโรครวมทั้งโฆษณาเวอร์ เติมน้ำดำเนินการคดีผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายอย่างต่อเนื่อง
๕๗. อย.เร่งพัฒนาขยายการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์การนำเข้า-ส่งออก ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (License Per Invoice) ให้ครบทุกผลิตภัณฑ์เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้ารองรับเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
๕๘. อย.รวมพลังเครือข่ายภาคประชาชนสร้างความรู้สึกร่วมกันน้ำร้อนดื่ม รุ้ทันโฆษณา
๕๙. อย.เชือดขาดเจสัน สั่งยกเลิกเลขสารบบอาหารหลังพบส่วนประกอบ ไม่ปลอดภัย เสี่ยงเกิดพิษต่อตับ
๖๐. อย.เผยผลตรวจพิสูจน์อาหาร พบเชื้อโรคในน้ำฝรั่ง
๖๑. อย.จัดงานใหญ่ Primary GMP Day แสดงผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนที่ได้มาตรฐานพร้อมเปิดตัวทีม Primary GMP ระดับอำเภอ
๖๒. อย.พร้อมจำหน่ายอัลปราโซแลมให้สถานพยาบาลทุกแห่งแล้ว
๖๓. อย.ชวนพิสูจน์ยาเสพติดก่อนนำไปเผาทำลายอย่างโปร่งใส
๖๔. อย.เผยผลตรวจพิสูจน์อาหารพบสารไซบูทรามินในผลิตภัณฑ์กาแฟหลายยี่ห้อ
๖๕. อย.จัดประชุมวิชาการใหญ่ประจำปี 56 เน้น! ระบบยาและระบบสุขภาพ...ก้าวต่อไปของประเทศไทย
๖๖. อย่าหลงเชื่อโฆษณาขายยาชื่อ “ยาร่วมหวานหัวใจใหญ่ สมุนไพรประดง 109” อันตรายพบสเตรอยด์ปนเปื้อน แสดงฉลากปลอม
๖๗. อย.ออกประกาศฯกำหนดการแสดงค่า SPF,PFA,PA บนฉลากของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางป้องกันแสงแดด ต้องถูกต้องตามกฎหมายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่ายเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม
๖๘. สูดยอด!32สถานประกอบการดี จริยธรรมเด่น คิวรางวัล อย.ควอลิตี้ อวอร์ด ประจำปี 2556
๖๙. อย.เผยผลประกวดภาพยนตร์สั้น “อย่าหลงเชื่อง่าย” เตือนภัยผ่านเลนส์
๗๐. อย.เผยผลตรวจพิสูจน์ผลิตภัณฑ์น้ำมันรำข้าวและจมูกข้าวสาลีกลบใส่ยาลดความอ้วนเพนฟลูรามีนเสี่ยงอันตรายอาจเกิดภาวะความผิดปกติของลิ้นหัวใจ
๗๑. ความคืบหน้าการดำเนินงานของ อย.กรณีเวย์โปรตีนชนิดเข้มข้นปนเปื้อนแบคทีเรีย นำเข้าจากบริษัทฟอนเทียราประเทศนิวซีแลนด์



๗๒. ความคืบหน้าการดำเนินงานของ อย.กรณีเวย์โปรตีนชนิดเข้มข้นแปรรูปแบบที่เรีย นำเข้าจากบริษัทฟอนเทียราประเทศนิวซีแลนด์
๗๓. อย.จัดใหญ่!มหกรรม อย.น้อย 56 มอบล้อและประกาศเกียรติคุณ 15 โรงเรียนเด่น เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค
๗๔. อย.ร่างประกาศฯ-หลักเกณฑ์เบื้องต้นของวิธีการผลิต วิธีการนำเข้าเครื่องสำอางควบคุม เตรียมรับ AEC
๗๕. อย.เผยไม่พบการใช้เวย์โปรตีนชนิดเข้มข้นรุ่นที่มีปัญหาจากประเทศนิวซีแลนด์ ในนมดัดแปลงและอาหารทารกนอกเหนือจาก 5 รายที่เคยแจ้งแล้ว
๗๖. สธ.ส่งเสริมงานคุ้มครองผู้บริโภคส่วนท้องถิ่นมอบล้อประกาศเกียรติคุณ อปท.ต้นแบบ 76 จังหวัด พร้อมเดินหน้าผลักดัน
๗๗. อย.ชูงานเครือข่ายเข้มแข็ง ผนึกกำลังพัฒนาผู้บริโภค มอบล้อรางวัล 12 เครือข่ายบริการสุขภาพ
๗๘. ความคืบหน้าการเรียกคืนผลิตภัณฑ์นมเฉพาะรุ่นของ บ.คูเม็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
๗๙. กรณีต่างชาติตีกลับข้าวไทย อย.เผยตรวจและอายัดทุกล็อต หากพบปลอดภัย จึงถอนอายัด
๘๐. อย.มอปปาย โรงเรียนอย.น้อยระดับดีเยี่ยมให้โรงเรียนสตรีนันทบุรี พร้อมเยี่ยมชมกิจกรรมนักเรียน อย.น้อย
๘๑. ไทยจัดประชุมอาเซียนร่วมมือขับเคลื่อนการแสดงผลงานโครงการในแบบจีดีเอสของนโยบายสุขภาพดีเริ่มต้นที่นี่
๘๒. ภาพข่าวกรณีปัญหาการผลิตยา Amlodipine
๘๓. อย.เผยดำเนินคดี โฆษณา อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์ ไม่ได้รับอนุญาตจำนวนมาก พร้อมร่วมมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสกัดกั้นโฆษณาผิดกฎหมาย
๘๔. อย.เผยผลการตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์นมเฉพาะรุ่นของบ.คูเม็กซ์ไม่พบเชื้อแบคทีเรียคลอสทริเดียมโบทูลินัมและสารพิษจุลินทรีย์ (TOXIN)
๘๕. อย.ปรับการควบคุมถุงบรรจุโลหิตให้สอดคล้องกับการควบคุมเครื่องมือแพทย์ในระดับสากล

- ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับประจำเดือน จำนวน 9 เรื่อง
 ๑. ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับประจำเดือนพฤศจิกายน
 ๒. ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับประจำเดือนธันวาคม
 ๓. ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับประจำเดือนมกราคม
 ๔. ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับประจำเดือนกุมภาพันธ์
 ๕. ผลการดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับประจำเดือนมีนาคม



- ๖. ผลการดำเนินงานคดีเปรียบเทียบปรับประจำเดือนเมษายน
- ๗. ผลการดำเนินงานคดีเปรียบเทียบปรับประจำเดือนพฤษภาคม
- ๘. ผลการดำเนินงานคดีเปรียบเทียบปรับประจำเดือนมิถุนายน
- ๙. ผลการดำเนินงานคดีเปรียบเทียบปรับประจำเดือนกรกฎาคม

2.1.2.3 โครงการส่งเสริมจริยธรรมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ (อย. Quality Award)



เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย มีคุณภาพมาตรฐาน โดยใช้มาตรการต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งหนึ่งในมาตรการนั้น คือ การส่งเสริมผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ ที่จะพัฒนาปรับปรุงสถานที่ผลิตให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ปราศจากสารปนเปื้อน มีข้อความในฉลากครบถ้วน มีการโฆษณาที่ถูกต้องให้ข้อมูลครบถ้วนตามความเป็นจริง รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีคุณธรรม จริยธรรมในการประกอบกิจการ โดยการพัฒนาสถานที่ผลิตให้ทันสมัยได้มาตรฐานอยู่เสมอ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก หากสถานประกอบการมีจิตสำนึกถึงความรับผิดชอบต่อชีวิตและความปลอดภัยของผู้บริโภค มีคุณธรรมและจริยธรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยสู่ประชาชน ก็จะช่วยลดปัญหาอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพต่าง ๆ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค การส่งเสริมจริยธรรมสถานประกอบการด้วยการมอบรางวัล อย. Quality Award เพื่อกระตุ้นจิตสำนึก เป็นกำลังใจกับสถานประกอบการที่ดี และเป็นแบบอย่างให้กับสถานประกอบการอื่น ๆ ซึ่งครั้งนี้นับเป็นครั้งที่ 5 โดยจัดให้มีพิธีมอบรางวัลดังกล่าว เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2556 ณ ห้องแกรนด์ บอลรูม A-B โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ โดยได้รับเกียรติจาก นพ.ประสิทธิ์ ชัยวิรัตน์นะ ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงสาธารณสุข



เป็นประธาน มอบรางวัลให้แก่สถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพด้านต่าง ๆ ได้แก่ อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน และผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน รวมทั้งสิ้น 32 ราย ดังนี้

- สถานประกอบการด้านอาหาร จำนวน ๑๑ ราย
 1. โครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา
 2. บริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด
 3. บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน)
 4. บริษัท ธนากรผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช จำกัด
 5. บริษัท ไมเนอร์แคร์ จำกัด
 6. บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดีนส์ จำกัด
 7. บริษัท วันไทยอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด
 8. บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน)
 9. บริษัท เอบี ฟู้ด แอนด์ เบฟเวอเรจส์ (ประเทศไทย) จำกัด
 10. บริษัท เอฟแอนด์เอ็น แคร์ (ประเทศไทย) จำกัด
 11. บริษัท เอฟแอนด์เอ็น ยูไนเต็ด จำกัด
- สถานประกอบการด้านยา จำนวน ๖ ราย
 1. บริษัท ไบโอสแลป จำกัด
 2. บริษัท ฟาร์ม่า อินโนวา จำกัด
 3. บริษัท ยูนิซัน จำกัด
 4. บริษัท สยามเภสัช จำกัด
 5. บริษัท อ้วยอันโอสถ จำกัด
 6. บริษัท อาร์เอ็กซ์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด
- สถานประกอบการด้านเครื่องสำอาง จำนวน ๕ ราย
 1. บริษัท การ์กัวร์ แล็บ จำกัด
 2. บริษัท คอลเกต ปาล์มโอสลิป (ประเทศไทย) จำกัด
 3. บริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบิล แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด
 4. บริษัท ไมลอทท์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด
 5. บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล แลบบอราทอรีส์ จำกัด
- สถานประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์ จำนวน ๓ ราย



1. บริษัท ไทยนิปปอนรับเบอร์อินดัสตรี จำกัด จ.ชลบุรี
 2. บริษัท อินโนลาเท็กส์ (ประเทศไทย) จำกัด จ.สงขลา
 3. บริษัท เอ็ม.อาร์.ไอ. จำกัด จ.ชลบุรี
- สถานประกอบการด้านวัตถุดิบที่ใช้ในบ้านเรือน จำนวน ๓ ราย
 1. บริษัท ชาร์ฟ ฟอรั่มเลเตอร์ จำกัด
 2. บริษัท เซอร์วิวด เคมิคอล จำกัด (มหาชน) จ.ฉะเชิงเทรา
 3. บริษัท ลัดดา จำกัด
 - สถานประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน จำนวน ๔ ราย
 1. กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง จ.ลำพูน
 2. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและสภ.ต.ปลายบาง จ.นนทบุรี
 3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาละแมสุขสบาย จ.นครพนม
 4. กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร จ.ชุมพร

2.1.2.3 งานบริการเรื่องร้องเรียน/เฝ้าระวังการโฆษณา

- ผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียน

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 (1 ต.ค.55 – 30 ก.ย.56) มีเรื่องร้องเรียนจำนวนทั้งสิ้น 1,236 เรื่อง โดยเรื่องที่ร้องเรื่องมากที่สุด คือ อาหาร รองลงมาคือ ยา และน้อยที่สุดคือ วัตถุดิบทราย และช่องทางการร้องเรียนมากที่สุดคือ โทรศัพท์ รองลงมาคือ จดหมาย/หนังสือ และน้อยที่สุดคือ โทรสาร

สถิติการรับเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ผลิตภัณฑ์	จำนวน (ครั้ง)				
	1 ต.ค.55-31 พ.ค.56	1-31 ก.ค.56	1-31 ส.ค.56	1-30 ก.ย.56	รวม
อาหาร	394	51	83	54	582
ยา	193	27	21	23	264
เครื่องสำอาง	125	17	15	24	181
เครื่องมือแพทย์	82	7	5	12	106
วัตถุดิบทราย	9	0	1	2	12
ยาเสพติด	17	0	0	0	17
อื่น ๆ	54	4	8	8	74
รวม	874	106	133	123	1,236



สถิติการรับเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านช่องทางกรร้องเรียน

ช่องทางการร้องเรียน	จำนวน (ครั้ง)				
	1 ต.ค.55-31 พ.ค.56	1-31 ก.ค.56	1-31 ส.ค.56	1-30 ก.ย.56	รวม
จดหมาย/หนังสือ	335	34	25	40	434
โทรศัพท์	343	53	78	54	528
อินเทอร์เน็ต	116	7	13	18	154
มาเอง	68	9	11	10	98
ตู้ ปณ.52 และ ปณ.1556	9	3	6	0	18
โทรสาร	3	0	0	1	4
รวม	874	106	133	123	1,236

● ผลการดำเนินงานเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 (1 ต.ค.55 - 30 ก.ย.56) มีการเฝ้าระวังโฆษณาจำนวนทั้งสิ้น 9,008 เรื่อง โดยเรื่องที่มีการเฝ้าระวังโฆษณาประเภทผลิตภัณฑ์สุขภาพมากที่สุด คือ เครื่องสำอาง รองลงมาคือ อาหาร และน้อยที่สุดคือ วัตถุเสพติด และการเฝ้าระวังโฆษณาประเภทสื่อมากที่สุดคือ นิตยสาร รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และน้อยที่สุดคือ วิทยู

ประเภทผลิตภัณฑ์สุขภาพ

รายการ	อาหาร	ยา	เครื่องสำอาง	เครื่องมือแพทย์	วัตถุอันตราย	วัตถุเสพติด	รวม
การเฝ้าระวังโฆษณา	2,999	1,917	3,322	487	280	3	9,008
ผลการดำเนินงานแก้ไข	2,068	477	2,262	294	118	0	5,219

ประเภทสื่อ

รายการ	นิตยสาร	เว็บไซต์	เคเบิลทีวี	ฟรีทีวี	นสพ.	วิทยู	อื่นๆ	รวม
อาหาร	1,083	332	430	427	610	117	0	2,999



ยา	240	260	151	77	1,118	71	0	1,917
เครื่องสำอาง	2,066	395	84	391	345	41	0	3,322
เครื่องมือแพทย์	115	310	15	8	39	0	0	487
วัตถุดิบทราย	16	226	1	26	7	4	0	280
วัตถุดิบเสพติด	0	3	0	0	0	0	0	3
รวม	3,520	1,526	681	929	2,119	233	0	9,008

กิจกรรมหลักที่ ๒.๒ รมรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

๒.๒.๑ โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ถูกต้อง

โครงการ อย.น้อย “ขยายเครือข่าย กระจายความรู้ มุ่งสู่การเฝ้าระวัง”

เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย มีความตื่นตัวในการแสวงหาข่าวสาร รู้จักปกป้องตนเอง ครอบครัวและชุมชน สามารถเลือกซื้อเลือกบริโภคได้อย่างถูกต้อง ปลอดภัย รวมถึงสามารถนำกิจกรรม อย.น้อยไปพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาพฤติกรรมสุขภาพและสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนได้ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้ดำเนินกิจกรรมโครงการ ดังนี้

๑. อย. สนับสนุนงบประมาณการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ในส่วนภูมิภาคโดยสนับสนุนเงินผ่านสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด รวม ๘,๓๐๐,๐๐๐ บาท แบ่งกิจกรรมเป็น
 - ๑.๑ สนับสนุนโรงเรียนในส่วนภูมิภาคที่สังกัด สพฐ. ทำกิจกรรม อย.น้อย รวม ๑,๘๒๐,๐๐๐ บาท
 - ๑.๒ สนับสนุนสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในการทำกิจกรรม อย.น้อย จังหวัดละ ๔๐,๐๐๐ บาท
 รวม ๓,๐๔๐,๐๐๐ บาท
- ๑.๓ สนับสนุนโรงเรียนในการจัดทำโครงการ อย.น้อย แก้ไขปัญหาสุขภาพในโรงเรียน จังหวัดละ ๕,๐๐๐ บาท รวม ๓๘๐,๐๐๐ บาท
- ๑.๔ สนับสนุนงบประมาณจัดอบรมเชิงปฏิบัติการครู / นักเรียนแกนนำ อย. น้อย ระดับเครือข่ายบริการ จำนวน ๑๒ เครือข่าย รวม ๓,๐๖๐,๐๐๐ บาท เพื่อส่งเสริมให้เกิดการขยายศูนย์รับแจ้งข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพในโรงเรียน และ/หรือพัฒนาการดำเนินงาน



ของศูนย์ฯ ให้เข้มแข็ง พื้นฟูความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ หรือประกวดโครงการ
แก้ไขปัญหสุขภาพในโรงเรียน

๒. การดำเนินการผ่านเทคโนโลยี Social Media

- ๒.๑ จัดกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัลประจำสัปดาห์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพและอื่น ๆ ผ่าน Facebook อย.น้อย เริ่มกิจกรรม ตั้งแต่วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๕ รวม ๕๗ ครั้ง
- ๒.๒ อัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมโครงการ อย.น้อย และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผ่าน www.oryornoi.com
- ๒.๓ จัดส่งภาพถ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่พบเห็นไม่ถูกต้อง (ฟ้องด้วยภาพ) แจ้งให้กับสมาชิกได้รับทราบและร่วมกันให้ข้อคิดเห็น (งดเดือนมกราคม ๒๕๕๖)
- ๒.๔ จัดส่งของรางวัลในกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัลประจำสัปดาห์
- ๒.๕ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้ กิจกรรมโครงการ อย.น้อย และข้อมูลความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่าน Facebook และ www.oryornoi.com



๓. จัดประชุม/สัมมนา/อบรม

- ๓.๑ จัดประชุมครูแกนนำ อย.น้อย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในวันที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๕ ณ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค กรุงเทพฯ
- ๓.๒ จัดประชุมคณะกรรมการครูแกนนำ อย.น้อย ครั้งที่ ๑ ในวันที่ ๗-๘ มกราคม ๒๕๕๖ ณ โรงแรม ดิ เอ็มเมอร์ลด์ กรุงเทพฯ
- ๓.๓ จัดประชุมคณะกรรมการครูแกนนำ อย.น้อย ครั้งที่ 2 ในวันที่ 8-9 สิงหาคม ๒๕๕๖ ณ โรงแรมจอมเทียนการ์เด็น โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท จ.ชลบุรี



๓.๔ จัดงานมหกรรม ออย.น้อย ในวันที่ 5-7 สิงหาคม 2556 ณ โรงแรมจอมเทียนการ์เด้น ไฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท จ.ชลบุรี

๓.๕ จัดประกวดโครงงาน ออย.น้อย แก้ไขปัญหาสุขภาพในโรงเรียน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จาก ๓ สังกัด ได้แก่ สพฐ. สช. และ กทม. ในวันที่ ๒๗-๒๘ มิถุนายน ๒๕๕๖ ณ ห้องรอยเพชร โรงแรมมารวย การ์เด้น กรุงเทพฯ



๔. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม ออย.น้อย

๔.๑ ผลิตเพลงประจำโครงการ ออย.น้อย ชื่อเพลง “ออย.น้อย มาเช็ค” ความยาว ๓.๔๔ นาที และนำมาผลิตในรูปแบบมิวสิกวิดีโอ คาราโอเกะ สปอตโทรทัศน์ และสปอตวิทยุ บันทึกลงในแผ่นดีวีดี จัดส่งให้แก่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และโรงเรียน ออย.น้อย ทั่วประเทศ ๖,๓๒๐ โรงเรียน

๔.๒ เผยแพร่สปอตโทรทัศน์ “ออย.น้อย มาเช็ค” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง ๓, ๕ และ ๗ จำนวน ๔๐ ครั้ง และสปอตวิทยุทางรายการข่าวต้นชั่วโมง สถานี FM.๙๒.๕ MHz. รายการเพลง สถานี Seed Nationwide FM.๙๗.๕ MHz. และรายการก้าวทันข่าว เสียงคนไทย ครบเครื่องเรื่องข่าว สถานี FM ๑๐๐.๕ MHz. รวม ๘๒ ครั้ง



๔.๓ จัดพิมพ์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทุกแห่ง



ออย.น้อย มาเช็ค



- ๔.๔ จัดพิมพ์ใบประกาศเกียรติคุณ สำหรับครูและนักเรียนแกนนำ อย.น้อย ที่ผ่านการประเมิน มาตรฐานโรงเรียน อย.น้อย ระดับดีขึ้นไป
- ๔.๕ จัดทำแผ่นพับ “ผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดยุง รู้จักใช้...ลดภัยไข้เลือดออก”
- ๔.๖ จัดทำป้ายรับรองโรงเรียน อย.น้อย ระดับดีเยี่ยม เพื่อมอบให้แก่โรงเรียน อย.น้อย ที่ผ่าน เกณฑ์การประเมินในระดับดีเยี่ยม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๕ จำนวน ๔๐๐ ป้าย
- ๔.๗ ปรับปรุงคู่มือ อย.น้อย ชุด รู้แล้ว...บอกต่อ ฉบับมัธยมศึกษา (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๕๖) จำนวน ๑๐,๐๐๐ เล่ม
- ๔.๘ จัดทำสื่อสนับสนุน
- สมุด อย.น้อย จำนวน ๕,๐๐๐ เล่ม
 - ปากกา อย.น้อย จำนวน ๑๐,๐๐๐ ด้าม
 - เสื้อ อย.น้อย จำนวน ๕๓๐ ตัว
 - สติกเกอร์ศูนย์รับแจ้งข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน ๓,๓๐๐ แผ่น
 - ชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหารและเครื่องสำอางชนิดต่าง ๆ
๕. การสำรวจข้อมูลพฤติกรรมสุขภาพของนักเรียน อย.น้อย และการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ oryornoi.com
- ๕.๑ การสำรวจข้อมูลพฤติกรรมสุขภาพของนักเรียน อย.น้อย เชิงปริมาณและคุณภาพ
- ๕.๒ การพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ oryornoi.com เพื่อนำเสนอองค์ความรู้ด้านการบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพของเว็บไซต์ให้อยู่ในรูปแบบที่น่าสนใจ สะดวกต่อการใช้สำหรับเป็น แหล่งสนับสนุนข้อมูลแก่นักเรียน อย.น้อย โดยพัฒนาฐานข้อมูล อย.น้อย ให้ทันสมัย เหมาะสม ครบถ้วน สำหรับการใช้งาน
- ๕.๓ อัปเดตฐานข้อมูลโรงเรียน อย.น้อย ที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน อย.น้อย ปี ๒๕๕๕ รวม ๑๘๓ โรงเรียน
๖. จัดกิจกรรมเยี่ยมชมโรงเรียน อย.น้อย ณ โรงเรียนสตรีรัตนบุรี จังหวัดนนทบุรี ในวันที่ ๒๖ สิงหาคม ๒๕๕๖
๗. การประเมินผลโครงการ
- ๗.๑ ร้อยละของสถานศึกษาในจังหวัดที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย
- โรงเรียนมัธยมศึกษา ร้อยละ ๗๑.๐๖
 - โรงเรียนประถมศึกษาขยายโอกาส ร้อยละ ๕๖.๘๙
 - โรงเรียนประถมศึกษา ร้อยละ ๓๐.๙๕
- ๗.๒ ร้อยละของสถานศึกษาในจังหวัดที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน โรงเรียน อย.น้อย ในระดับดีขึ้นไป ร้อยละ ๔๐.๓๔



โครงการอาหารปลอดภัย “กินอย่างฉลาด ต้องอ่านฉลาก (หวาน มัน เค็ม)”

เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้ประโยชน์จากฉลากอาหารในการเลือกบริโภคได้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานะด้านสุขภาพของตนเอง รวมทั้งสามารถอ่านฉลากโภชนาการได้อย่างเข้าใจ เพื่อสามารถใช้ประโยชน์และควบคุมการบริโภคอาหารอย่างเหมาะสม ซึ่งในปีงบประมาณ ๒๕๕๖ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

๑. ผลิตและเผยแพร่สารคดีโทรทัศน์ “ฉลากหวาน มัน เค็ม อ่านง่าย ได้ประโยชน์”

จำนวน ๑๐ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ “มารู้จักกับฉลากหวาน มัน เค็ม”

ตอนที่ ๒ “ฉลากหวาน มัน เค็ม มีประโยชน์อย่างไร”

ตอนที่ ๓ “ฉลากจีดีเอ สัญลักษณ์ทางโภชนาการ ตัวช่วยในการดูแลสุขภาพ”

ตอนที่ ๔ “ฉลากหวาน มัน เค็ม เห็นเด่นชัด”

ตอนที่ ๕ “ฉลากหวาน มัน เค็ม เข้าใจได้ ง่ายนิดเดียว”

ตอนที่ ๖ “น้ำตาล ต้นเหตุของโรคอ้วน โรคเบาหวาน”

ตอนที่ ๗ “ตัวช่วย ลดความเสี่ยงของโรคจากอาหารที่มีไขมันสูง”

ตอนที่ ๘ “เค็มมากไป ไม่ดีต่อสุขภาพ”

ตอนที่ ๙ “อ่านฉลากสักนิด...พิชิตโรคเรื้อรัง”

ตอนที่ ๑๐ “มาอ่านฉลาก หวาน มัน เค็มกันเถอะ”

- เผยแพร่ในรายการข่าวภาคค่ำช่วงที่ ๑ ทางช่อง ๗ จำนวน ๑๐ ครั้ง

- เผยแพร่ในรายการคลังปัญญา ทางช่อง ๙ จำนวน ๑๐ ครั้ง

2. ผลิตและเผยแพร่สารคดีวิทยุ “ฉลากหวาน มัน เค็ม” จำนวน ๑๐ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ “มารู้จักกับฉลากหวาน มัน เค็ม”

ตอนที่ ๒ “ฉลากหวาน มัน เค็ม มีประโยชน์อย่างไร”

ตอนที่ ๓ “ฉลากจีดีเอ สัญลักษณ์ทางโภชนาการ ตัวช่วยในการดูแลสุขภาพ”

ตอนที่ ๔ “ฉลากหวาน มัน เค็ม อ่านอย่างไร”

ตอนที่ ๕ “ผลิตภัณฑ์อาหาร...กับฉลากหวาน มัน เค็ม”

ตอนที่ ๖ “ฉลากหวาน มัน เค็ม เข้าใจได้ ง่ายนิดเดียว”

ตอนที่ ๗ “น้ำตาล ต้นเหตุของโรคอ้วน โรคเบาหวาน”

ตอนที่ ๘ “เค็มมากไป ไม่ดีต่อสุขภาพ”



ตอนที่ 9 “อ่านฉลากสักนิด...พิชิตโรคเรื้อรัง”

ตอนที่ 10 “มาอ่านฉลาก หวาน มัน เค็มกันเถอะ”

- เผยแพร่ทางสถานีวิทยุ FM ๑๐๐.๕ MHz. (Network ๕๔ สถานี) จำนวน ๓๐ ครั้ง
3. ผลิตและเผยแพร่สโปตวิทยุ จำนวน ๑ เรื่อง ชุดเพลง “หวาน มัน เค็ม” จำนวน ๓๐๐ ครั้ง ดังนี้
- สถานีวิทยุลูกทุ่งมหานคร FM ๙๕ MHz. จำนวน ๙๐ ครั้ง
 - สถานีวิทยุ FM ONE ๑๐๓.๕ MHz. จำนวน ๑๒๐ ครั้ง
 - สถานีวิทยุสบายดีเรดิโอ FM ๘๘.๕ MHz. จำนวน ๙๐ ครั้ง
4. ประชาสัมพันธ์โครงการฯทางสถานีวิทยุ จำนวน ๑๐ ครั้ง ดังนี้
- สถานีวิทยุลูกทุ่งมหานคร FM ๙๕ MHz. จำนวน ๓ ครั้ง
 - สถานีวิทยุ FM ONE ๑๐๓.๕ MHz. จำนวน ๒ ครั้ง
 - สถานีวิทยุสบายดีเรดิโอ FM ๘๘.๕ MHz. จำนวน ๑ ครั้ง
 - สถานีวิทยุ FM ๑๐๐.๕ MHz. (Network ๕๔ สถานี) จำนวน ๔ ครั้ง
5. ผลิตและเผยแพร่สื่อให้กับ สสจ.ทั่วประเทศ จำนวน ๑ เรื่อง ดังนี้
- แผ่นพับ “ฉลากหวาน มัน เค็ม อ่านง่ายได้ประโยชน์” จำนวน ๕๐๐,๐๐๐ แผ่น
๖. จัดทำสื่อสนับสนุนโครงการ ดังนี้
- เสื้อยืดคอโพลี
 - เสื้อยืดคอวี
 - ปากกา
 - กระเป๋าผ้าดิบ

โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย “เตือนภัยผ่านเลนส์”

เพื่อเป็นการดึงให้ผู้บริโภคหันกลับมาสู่การดูแลสุขภาพด้วยการพึ่งพาตนเอง และสร้างองค์ความรู้ เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันในการบริโภคอย่างเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า จำเป็นที่ทุกฝ่ายจะต้องร่วมมือกันทั้งการปราบปราม การสร้างกระแสกดดันให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อมากยิ่งขึ้น โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถวินิจฉัยได้ว่าข้อมูลใดเป็นข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงหรือโฆษณาที่หลอกลวงได้ และมีการปรับพฤติกรรมกรบริโภค ให้หันมาพึ่งพาตนเองด้วยการดูแลเรื่องการบริโภคอย่าง



ถูกต้อง เหมาะสม มีการออกกำลังอย่างถูกวิธี และสม่ำเสมอ ซึ่งในปีงบประมาณ ๒๕๕๖ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

๑. กิจกรรมการประกวดภาพยนตร์สั้น

๑.๑ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมฯ ผ่านสื่อต่างๆ

- สื่อโทรทัศน์ - Tie-in ในรายการ จำนวน ๘ ครั้ง ได้แก่
 - รายการเข้านี้ที่หอมชิต ช่อง ๗ จ-ศ เวลา ๐๖.๐๐-๐๗.๓๐ น. จำนวน ๒ ครั้ง
 - รายการบอกเล่าเก้าสิบ ช่อง ๓ จ-ศ เวลา ๑๗.๐๐-๑๗.๓๐ น. จำนวน ๒ ครั้ง
 - รายการเข้าคู่วิดี ช่อง ๙ จ-ศ เวลา ๐๘.๐๐-๐๙.๐๐ น. จำนวน ๒ ครั้ง
 - รายการเที่ยงวันทันเหตุการณ์ ช่อง ๓ จำนวน ๑ ครั้ง
 - รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง ๓ วันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน ๑ ครั้ง
- สื่อหนังสือพิมพ์ - โฆษณาเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมฯ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเดลินิวส์ จำนวน ๔ ครั้ง
- สื่อโปสเตอร์ - ผลิตโปสเตอร์เชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมฯ จำนวน ๑๐,๐๐๐ แผ่น จัดส่งให้แก่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาลศูนย์ โรงพยาบาลทั่วไป มหาวิทยาลัย สถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ และสถานที่อื่น ๆ ตามความเหมาะสม
- สื่อวิทยุ - ผลิตสปอตประชาสัมพันธ์เชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมฯ ใน ๒ สถานี ได้แก่ FM ๑๐๐.๕ MHz และ ๙๕ MHz จำนวน ๓๐ ครั้ง
- สื่อ Facebook และเว็บไซต์ www.fussyhome.com

๑.๒ การแถลงข่าวกิจกรรมการประกวดภาพยนตร์สั้น จัดขึ้นในวันพฤหัสบดีที่ ๔ เมษายน

๒๕๕๖ เวลา ๑๒.๓๐ - ๑๕.๐๐ น. ณ บริเวณลาน City Walk ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขางามวงศ์วาน เพื่อเปิดตัวกิจกรรมและประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้สนใจได้รับรู้ถึงกิจกรรมในครั้งนี้

๑.๓ งานประกาศผลรางวัลการประกวดภาพยนตร์สั้น จัดขึ้นในวันศุกร์ที่ ๑๒ กรกฎาคม

๒๕๕๖ เวลา ๑๒.๐๐ - ๑๕.๓๐ น. ณ โรงภาพยนตร์เอสพลานาด รัตนาธิเบศร์ เพื่อมอบรางวัล พร้อมโล่และใบประกาศเกียรติคุณให้แก่ผู้ที่ได้รับรางวัล และเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงผลการตัดสินการประกวดและผลการดำเนินของกิจกรรมในครั้งนี้

๑.๔ การเผยแพร่ผลงานการประกวดภาพยนตร์สั้นที่ได้รับรางวัล ผลงานที่ได้รับรางวัล ๓

อันดับแรกจะได้รับการเผยแพร่ในรายการโทรทัศน์ความยาว ๓ นาที ได้แก่

- รายการคูดีดี ช่อง ๕ ทุกวันอังคาร เวลา ๑๖.๐๕-๑๖.๐๕ น. จำนวน ๓ ครั้ง
- รายการโบว์แดง ช่อง NBT ส-อา เวลา ๒๑.๒๐-๒๒.๐๐ น. จำนวน ๓ ครั้ง

๑.๕ การประชาสัมพันธ์ผลการประกวดผ่านทางสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสื่อบอกข่าว

การประชาสัมพันธ์ผลการประกวดผ่านทางสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสื่อบอกข่าว จำนวน ๒ ครั้ง ทางช่องทีวีพูล แชนแนล (เคเบิล)





๒. กิจกรรมรณรงค์อย่าหลงเชื่อง่ายผ่านสื่อต่าง ๆ

๒.๑ สื่อโทรทัศน์ - ผลิตและเผยแพร่สปอตโทรทัศน์ ความยาว ๓๐ วินาที โดยมี เพชร-ฐกฤต เป็นพิธีเชนเตอร์ ผ่านทางรายการต่างๆ จำนวน ๓๔ ครั้ง ดังนี้

- รายการเที่ยงวันทันเหตุการณ์ ช่อง ๓ เวลา ๑๑.๐๕-๑๓.๓๐ น. จำนวน ๘ ครั้ง
- รายการข่าวภาคค่ำ ช่อง ๕ เวลา ๑๘.๓๐-๑๙.๕๕ น. จำนวน ๒ ครั้ง
- รายการซิสเตอร์เดย์ ช่อง ๕ เวลา ๑๖.๐๕-๑๗.๐๐ น. จำนวน ๒ ครั้ง
- รายการคลับมันตรา ช่อง ๕ เวลา ๐๙.๔๐-๑๐.๓๐ น. จำนวน ๒ ครั้ง
- รายการเช้าวันที่หอมชิต ช่อง ๗ เวลา ๐๖.๐๐-๐๗.๒๙ น. จำนวน ๗ ครั้ง
- รายการคั่นปาก ช่อง ๗ เวลา ๐๗.๓๐-๐๘.๑๐ น. จำนวน ๗ ครั้ง
- รายการตื่นมาคุย ช่อง ๙ เวลา ๐๘.๐๐-๐๙.๐๐ น. จำนวน ๒ ครั้ง
- รายการนานานารู้แบบคนตาถึง ช่อง ๕ เวลา ๑๒.๒๕-๑๒.๓๐ น. จำนวน ๒ ครั้ง
- ช่องทีวีพูลแซนแนล (เคเบิล) เวลา ๐๐.๐๑-๒๔.๐๐ น. จำนวน ๒ ครั้ง

๒.๒ สื่อวิทยุ - ผลิตและเผยแพร่สปอตวิทยุ ความยาว ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีวิทยุ ๒ สถานี จำนวน ๑๑๐ ครั้ง และรูปแบบดีเจพูดรณรงค์ ๔ ครั้ง ดังนี้

สปอตวิทยุ

- FM ๑๐๐.๕ MHz จำนวน ๕๕ ครั้ง
- FM ๙๕ MHz จำนวน ๕๕ ครั้ง



ดีเจพุดรณรงค์

- FM ๑๐๐.๕ MHz จำนวน ๒ ครั้ง
- FM ๙๕ MHz จำนวน ๒ ครั้ง

๒.๓ สื่อวิทยุ - จัดทำโฆษณาให้ความรู้และเตือนภัย “อย่าหลงเชื่อง่าย” ขนาดเต็มหน้า ๔ สี ผ่านวิทยุ ๕ เล่ม ได้แก่

- ทิวพูล จำนวน ๕ ครั้ง
- Oops จำนวน ๓ ครั้ง
- ชูบชีบ จำนวน ๔ ครั้ง
- สตาร์นิวส์ จำนวน ๑ ครั้ง
- Wow Magazine Society จำนวน ๑ ครั้ง

๓. ผลิตแผ่นพับ ชุด “อยากขาว...รู้รีเปลว่า...เสียง” จำนวน ๔๐๐,๐๐๐ แผ่น

๔. การประเมินผลโครงการ

การประเมินโครงการรณรงค์อย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ โดยมีการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมายอายุ ๑๑-๖๐ ปี จำนวน ๑,๖๒๐ คน เพื่อให้ทราบว่าผู้บริโภคสามารถแยกแยะลักษณะของการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่หลอกลวงและไม่หลงเชื่อการโฆษณาที่โอ้อวดเกินจริงได้ดีเพียงใด และผู้บริโภคมีการรับสื่อที่เผยแพร่ผ่านโครงการมาน้อยอย่างไร เพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนาโครงการในปีต่อไป โดยมีผลการประเมินดังนี้

- ร้อยละ ๘๓.๔ ของผู้บริโภคสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงหรือโฆษณาที่หลอกลวงได้
- ร้อยละ ๗๔.๘ ของผู้บริโภครับรู้สื่อที่เผยแพร่ในโครงการรณรงค์อย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖ โดยสื่อที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้มากที่สุด คือ กิจกรรมการประกวดภาพยนตร์สั้น ในหัวข้อ “อย่าหลงเชื่อง่าย” ภายใต้แนวคิดเตือนภัยผ่านเลนส์ ร้อยละ ๔๓

๒.๒.๒ โครงการวิจัยเพื่องานพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค

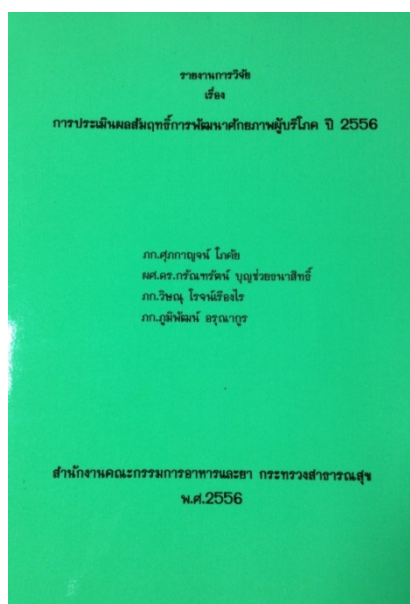
เรื่อง การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในภาพรวม จึงได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๕๖ ดำเนินการวิจัยโดยมหาวิทยาลัยพลศึกษา กรุงเทพฯ กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนทั่วไปทั้งชายและหญิง อายุ



๑๑-๖๕ ปี จำนวน ๓,๐๐๐ คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามการประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี ๒๕๕๖ โดยมีผลการวิจัยดังนี้

- ๑ ร้อยละ ๙๔.๖ ของประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง
- ๒ ร้อยละ ๘๒.๒ ของประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง
- ๓ ร้อยละ ๙๔.๖ ของผู้บริโภครับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยรับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๙๑.๑
- ๔ ร้อยละ ๘๔.๕ ของประชาชนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยแบ่งความพึงพอใจในการปฏิบัติงานออกเป็น ๒ ด้าน คือ
 - ร้อยละ ๙๐.๙ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ด้านการเผยแพร่รณรงค์ประชาสัมพันธ์
 - ร้อยละ ๗๖.๖ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
5. ร้อยละ ๘๙.๘-๙๖.๗ ของผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีความเชื่อมั่นอันดับแรกในเรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านการพิจารณาของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา คิดเป็นร้อยละ ๙๖.๗



๒.๒.๓ โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน

โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ ทำความเข้าใจร่วมแสดงทัศนะ ร่วมเสนอปัญหา หรือร่วมคิดหาแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ เป็นนโยบาย รัฐบาลที่มุ่งบริหารราชการแผ่นดินตามหลักธรรมาภิบาล (Good governance) และหลักการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี เพื่อให้ส่วนราชการมีการบริหารราชการที่เปิดเผย โปร่งใสสำนักงานคณะกรรมการอาหารและ ยา (อย.) ได้ดำเนินโครงการมีส่วนร่วมของประชาชนตั้งแต่ปีงบประมาณ ๒๕๕๐ มีการแต่งตั้งคณะทำงาน พัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของ อย. ทำหน้าที่วิเคราะห์ภารกิจหลักหรือยุทธศาสตร์ ที่สำคัญของ อย. ที่เหมาะสมในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และพิจารณากำหนดกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นตัวแทนประชาชน ซึ่งในปีงบประมาณ ๒๕๕๖ สำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยาได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. จัดประชุมคณะกรรมการมีส่วนร่วมของ อย. ครั้งที่ ๑/๒๕๕๕ เมื่อวันที่ ๒๘ พ.ย. ๕๕
2. จัดประชุมคณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของ อย. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อวันที่ ๑๔ ม.ค. ๕๖
3. จัดประชุมคณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของ อย. ครั้งที่ ๒/๒๕๕๖ เมื่อวันที่ 6 ก.ย. 56
4. จัดประชุมคณะทำงานภาคประชาชน ครั้งที่ ๑/๒๕๕๖ เมื่อวันที่ ๒๑ ก.พ. ๕๖
5. จัดประชุมคณะทำงานภาคประชาชน ครั้งที่ ๒/๒๕๕๖ เมื่อวันที่ ๒๑ มี.ค. ๕๖
6. จัดประชุมคณะทำงานภาคประชาชน ครั้งที่ ๓/๒๕๕๖ เมื่อวันที่ ๒๕ เม.ย. ๕๖
7. จัดประชุมคณะทำงานภาคประชาชน ครั้งที่ ๔/๒๕๕๖ เมื่อวันที่ ๑๖ พ.ค. ๕๖
8. จัดประชุมคณะทำงานภาคประชาชน ครั้งที่ ๕/๒๕๕๖ เมื่อวันที่ ๒๕ ก.ค. ๕๖
9. จัดประชุมคณะทำงานภาคประชาชน ครั้งที่ ๖/๒๕๕๖ เมื่อวันที่ ๑๕ ส.ค. ๕๖
10. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง เสริมสร้างความรู้สู่ภัยน้ำมันทอดซ้ำ รู้ทันโฆษณาผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่กล่าวอ้างเกินจริง เมื่อวันที่ ๕-๖ มิ.ย. ๕๖ ณ โรงแรมปรี๊นท์ พาเลซ กรุงเทพฯ
11. จัดทำคู่มือการตรวจสอบเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพเบื้องต้น จำนวน ๗,๗๐๐ เล่ม
๑๒. ศึกษาดูงาน ณ ศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสานนาบรอง และ ศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสาน ลำปลายมาศสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ วันที่ ๑๘ - ๑๙ ก.ค. ๕๖



โครงการพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคในพื้นที่โดยอาศัยเครือข่าย “เผยแพร่ความรู้ มุ่งสู่เครือข่ายเข้มแข็ง”

เพื่อสนับสนุนให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสร้าง/พัฒนาเครือข่ายที่เข้มแข็งในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีแนวคิดหลักเพื่อ “สนับสนุนให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้มแข็ง” รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาด้านพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในระดับพื้นที่ห่างไกล โดยอาศัยเครือข่าย และองค์กรผู้บริโภคในพื้นที่ ซึ่งในปีงบประมาณ ๒๕๕๖ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินกิจกรรมดังนี้

๑. ประสานการดำเนินงานร่วมกับ กอง คบ. ประกอบด้วย

๑.๑ ประชุมหารือแนวทางการงบประมาณโครงการแก่สำนักงานสาธารณสุขที่เป็นผู้แทน
เขตตรวจราชการ

๑.๒ แนวทางการจัดทำหนังสือแจ้งสำนักงานสาธารณสุขเกี่ยวกับเงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติในการ
ขอรับงบฯ เพื่อดำเนินงานกิจกรรมพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคในพื้นที่ และกิจกรรม
อพท.ดีเด่น

๑.๓ โอนเงินแก่เครือข่ายบริการแล้วเสร็จ ๑๒ เครือข่ายบริการ



๒. การติดตามผลการดำเนินโครงการ ประสานติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานโครงการฯ
จากเครือข่ายบริการ ทั้ง ๑๒ เครือข่าย

๓. ศึกษาดูงานการดำเนินงานพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคในพื้นที่โดยอาศัยเครือข่าย



ณ จังหวัดขอนแก่น (เครือข่ายบริการที่ ๗)

๔. จัดทำวิดิทัศน์ ชุด รางวัลแห่งความสำเร็จ สำหรับงานเครือข่ายเข้มแข็ง ผนึกกำลังพัฒนาผู้บริโภค
๕. การจัดทำสื่อสนับสนุนและประชาสัมพันธ์โครงการ
 - ๕.๑ โล่อะคริลิก
 - ๕.๒ ประกาศเกียรติคุณ
 - ๕.๓ แผ่นพับ “รู้ทันยาแผนโบราณที่ลักลอบใส่สารสเตียรอยด์” จำนวน ๔๐,๐๐๐ แผ่น
๖. จัดทำโปสเตอร์ผลงานโครงการดีเด่นระดับเครือข่ายบริการ รวม ๑๓ เครือข่าย
๗. จัดงาน “เครือข่ายเข้มแข็ง ผนึกกำลังพัฒนาผู้บริโภค” ในวันที่ ๒๒ สิงหาคม ๒๕๕๖ ณ โรงแรม มิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ
๘. จัดทำเอกสารทำเนียบเครือข่ายดำเนินงานผลการดำเนินโครงการพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคในพื้นที่ โดยอาศัยเครือข่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖

๒.๒.๔ โครงการพัฒนาเพื่องานคุ้มครองผู้บริโภค

โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การติดตาม ประเมินผล และถอดบทเรียนการทำงานกิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความปลอดภัย ซึ่งนอกจากการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพมาตรฐานแล้ว การพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประโยชน์และปลอดภัยก็มีส่วนสำคัญยิ่ง ซึ่งด้วยข้อจำกัดทางด้านบุคลากรและงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างทั่วถึงและไม่สามารถระงับภัยให้ผู้บริโภคได้ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องติดอาวุธทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ สามารถคุ้มครองตนเองตนเองและครอบครัวได้ และมีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จึงได้ดำเนินการงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ อย่างจริงจัง ทั้งด้านการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

แต่เนื่องจากปัจจุบันสถานการณ์ต่าง ๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา ทำให้เนื้อหาสาระของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการทบทวนสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อองค์กรให้เป็นปัจจุบัน โดยการติดตามและประเมินผลและถอดบทเรียนโครงการ ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ



มีข้อดีหรือข้อบกพร่องเล็กน้อยเพียงใด และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ นอกจากนี้ยังสามารถทำให้ทราบถึงทุน และการเปลี่ยนแปลงทิศทางที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการในทุก ๆ ด้าน ที่ได้ดำเนินการว่าได้ผลสำเร็จตามที่ได้คาดหวัง ปัจจัยใดเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สำเร็จ หรือปัจจัยใดที่เป็นปัญหาและอุปสรรค เพื่อสามารถนำมาบริหารจัดการพัฒนาแผนการปฏิบัติงานด้านพัฒนาศักยภาพผู้บริหารได้ผลอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ทั้งนี้ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การติดตาม ประเมินผล และถอดบทเรียนการทำงานกิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556 เมื่อวันที่ 10-12 มกราคม 2556 ณ โรงแรมสามพราน ริเวอร์ไซด์ จ.นครปฐม ผู้เข้าร่วมประชุมจากกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร โดย รศ.ดร.พนิต เข้มทอง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และ ดร.ไพฑูรย์ เจตธำรงค์ชัย มหาวิทยาลัยเกษตร



โครงการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร มีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาบุคลากร โดยส่งเจ้าหน้าที่ไปอบรม ในหัวข้อต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติและเรื่องที่น่าสนใจ ในปีงบประมาณ พ.ศ.2556 บุคลากรกองพัฒนาศักยภาพ จำนวน 22 ราย เข้ารับการอบรมในหลักสูตรต่างๆ จำนวน 15 หลักสูตร ดังนี้

1. เทคนิคการมอบหมายงานและการติดตามงาน จำนวน 2 ราย
2. กลยุทธ์การตลาดและการบริการเชิงรุก รุ่นที่ 4 จำนวน 2 ราย
3. ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจจากแนวคิดสู่วิธปฏิบัติ จำนวน 1 ราย
4. เพิ่มศักยภาพในการทำงาน ด้วยความคิดแบบบวก จำนวน 1 ราย
5. Project Manajament จำนวน 2 ราย
6. เทคนิคการฝึกสอนแนะนำงาน รุ่นที่ 13 จำนวน 1 ราย
7. จิตวิทยาจูงใจเพื่อผลงานที่ดี จำนวน 2 ราย
8. การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) ระยะที่ 2 รุ่นที่ 2 จำนวน 1 ราย
9. การบริหารและการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับตัวเข้าสู่ AEC รุ่นที่ 1 จำนวน 1 ราย
10. กลยุทธ์และเทคนิคการตัดสินใจและแก้ปัญหาของนักบริหาร รุ่นที่ 63 จำนวน 2 ราย
11. EQ-AQ การเสริมสร้างประสิทธิภาพและความสำเร็จในการทำงาน รุ่นที่ 29 จำนวน 3 ราย



12. Excellent Service Behavior จำนวน 1 ราย
13. การคิดอย่างมีกลยุทธ์ จำนวน 1 ราย
14. เก่งงาน เก่งคน เก่งคิด ทำอย่างไร รุ่นที่ 10 จำนวน 1 ราย
15. การประชุมวิชาการการเสริมสร้างสุขภาพ เรื่อง การลงทุนที่ดีที่สุดเพื่อสุขภาพ ครั้งที่ 21 จำนวน 1 ราย

โครงการประชาสัมพันธ์ข่าวทาง Mobile Application

จากการที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีหน้าที่รับผิดชอบในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ ยาเสพติดให้โทษ วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท และวัตถุอันตราย) ด้วยการควบคุมผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ท้องตลาด และติดตามตรวจสอบให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพมีคุณภาพตามที่กฎหมายกำหนด แต่จากข้อจำกัดของจำนวนบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประกอบกับการที่ผู้ผลิตได้พัฒนาสินค้าต่าง ๆ ในรูปแบบแปลกใหม่วางจำหน่ายในท้องตลาด และใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อโฆษณาหรือชักจูงใจให้ประชาชนใช้สินค้าของตน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงได้ให้ความสำคัญกับการรณรงค์เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้และมีข้อมูลใช้ประกอบการพิจารณาเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสมและปลอดภัย

โดยที่ผ่านมา อย. ได้ทำการรณรงค์เผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชน ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือ แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และล่าสุดอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างโทรศัพท์ Smart Phone และ tablet ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้คนมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารพื้นฐานแล้ว อุปกรณ์เคลื่อนที่ซึ่งถูกใช้เป็นประจำในการสร้างความบันเทิง อีกทั้ง เป็นอุปกรณ์ในการรับข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ Mobile Application มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความหลากหลายของประโยชน์ต่าง ๆ บนอุปกรณ์เคลื่อนที่

Mobile Application นับเป็นหัวใจหลักของมือถือ Smart Phone เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงการบริการและข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีความพร้อมในการใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งรูปแบบของ Mobile Application มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดให้เข้าใช้งาน ซึ่งมีทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียง และสื่อผสม

ด้วยเหตุนี้เอง การนำ Mobile Application มาใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคที่เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ โดยผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงเป็นช่องทางหนึ่งที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การพัฒนา Mobile Application สำหรับเผยแพร่ความรู้ จะเป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ มาจัดเก็บเป็นคลังข้อมูลความรู้ โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจเพื่อให้เข้าถึง



ผู้ใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการเผยแพร่ความรู้ผ่านรูปแบบเกมซึ่งจะสอดแทรกสาระความรู้ไว้ด้วย โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 จะเป็นเกมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร

การพัฒนา Mobile Application จึงเป็นช่องทางใหม่ที่มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพที่ อย. จะนำมาใช้เพื่อเผยแพร่ความรู้ พร้อมไปกับสื่อหลักต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคใช้เป็นทางเลือกในการสร้าง ภูมิคุ้มกัน และสร้างความจดจำได้ดี ส่งผลให้ประชาชนมีความรู้ที่ถูกต้อง มีความตระหนักรู้ก่อนใช้ผลิตภัณฑ์ สุขภาพและสามารถเลือกซื้อ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัย เหมาะสม และคุ้มค่า



โครงการตามนโยบาย Primary GMP

ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖ กระทรวงสาธารณสุข โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้มีการรณรงค์โครงการ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตในชุมชนให้มีมาตรฐาน สามารถจำหน่ายได้ทั้งใน และต่างประเทศ โดยมุ่งหวังกระตุ้นให้ผู้ผลิตอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่ผลิตจากชุมชน



อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหารหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน ฯลฯ นำมาตรฐาน GMP ขั้นต้น หรือที่เรียกว่าง่าย ๆ ว่ามาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหารขั้นต้น มาใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐานในการควบคุมกระบวนการผลิต เพื่อเตรียมความพร้อมสู่กรอบข้อตกลงอาเซียน รองรับความร่วมมือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการเปิดเขตเสรีทางการค้าอาเซียน ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ซึ่งข้อตกลงดังกล่าวส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย ซึ่งผลิตโดยชุมชนสามารถส่งออกไปจำหน่ายได้มากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นและสนับสนุนหรืออุดหนุนผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่ผลิตโดยชุมชน โดยมีการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

๑. ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อสารมวลชน

๑.๑ สื่อโทรทัศน์

๑.๑.๑ ผลิตและเผยแพร่สื่อบริการคดีโทรทัศน์ ความยาว ๑ นาที จำนวน ๖ ตอน ๔ รายการ ได้แก่

- รายการ “เข้านี้ที่หอมชิต” ช่อง ๗ วันจันทร์-ศุกร์ เวลา ๖.๐๐-๗.๓๐ น.
 - ตอน “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น Primary GMP” วันที่ ๑๔ พ.ค. ๕๖
 - ตอน “ของกินของฝาก ต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)” วันที่ ๒๘ พ.ค. ๕๖
 - ตอน “ประเภทอาหารที่ต้องผ่าน Primary GMP” วันที่ ๑๑ มิ.ย. ๕๖
 - ตอน “Primary GMP เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล” วันที่ ๒๕ มิ.ย. ๕๖
- รายการ “ก๊วนข้าวเข้าวันหยุด” ช่อง ๓ วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา ๖.๕๕-๗.๓๐น.
 - ตอน “Primary GMP นำพาความปลอดภัยมาสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร” วันที่ ๒๖ พ.ค. ๕๖
 - ตอน “การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย” อาทิตย์ที่ ๒ มิ.ย. ๕๖
- รายการโฮโล่ไทยแลนด์ ช่อง ๕ วันจันทร์ เวลา ๑๕.๒๐-๑๕.๔๕ น. (Rerun)
 - ตอน “Primary GMP นำพาความปลอดภัยมาสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร” วันที่ ๓ มิ.ย. ๕๖
 - ตอน “การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย” วันที่ ๑๐ มิ.ย. ๕๖



- รายการ”ที่เด็ดเมืองไทย” ช่อง ๕ วันอังคาร เวลา ๑๓.๓๕-๑๔.๐๐ น. (Rerun)
 - ตอน “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น Primary GMP” วันที่ ๒๘ พ.ค. ๕๖
 - ตอน “ของกินของฝาก ต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)” วันที่ ๔ มิ.ย. ๕๖
 - ตอน “ประเภทอาหารที่ต้องผ่าน Primary GMP)” วันที่ ๑๑ มิ.ย. ๕๖
 - ตอน “Primary GMP เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล” วันที่ ๒๕ มิ.ย. ๕๖

๑.๑.๒ ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาแทรกในรายการต่าง ๆ ความยาว ๕ นาที ๒ รายการ ๆ ละ ๒ ตอน ได้แก่

- รายการ” ไฮไลท์ ไทยแลนด์” ช่อง ๕ วันจันทร์ เวลา ๑๕.๒๐-๑๕.๔๕ น. จำนวน ๒ ตอน ได้แก่
 - ตอน “Primary GMP กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในภาชนะบรรจุพร้อมจำหน่าย วันจันทร์ที่ ๒๙ เม.ย. ๕๖
 - ตอน “Primary GMP มีประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค” วันจันทร์ที่ ๒๐ พ.ค. ๕๖
- รายการบางอ้อ (ช่วงที่ ๓) ช่อง ๙ วันเสาร์ เวลา ๑๓.๓๐-๑๔.๐๐ น. จำนวน 2 ตอน ได้แก่
 - นวัตกรรมพารวย ข้าวแต่น้ำแดงโม วันเสาร์ที่ ๘ มิ.ย. ๕๖
 - นวัตกรรมพารวย ข้าวฮาง วันเสาร์ที่ ๒๐ ก.ค. ๕๖

๑.๒ สื่อวิทยุ

- สปอติวิทยุ ชุด “Primary GMP ชื่อนี้ที่มั่นใจ” เผยแพร่ทางคลื่น FM ๑๐๐.๕ ช่วง Network สถานีข่าวและสาระ จำนวน ๑๒๐ ครั้ง (๒๒ มี.ค.-๑๔ มิ.ย.๕๖)

๑.๓ สื่อหนังสือพิมพ์

- ผลิตชิ้นงาน ขนาด ๑๐x๑๒ คอลัมน์นี้ว ½ หน้า จำนวน ๑ ชิ้น เผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ วันที่ ๒๔ พ.ค. ๕๖ ,ข่าวสด วันที่ ๑๓ มิ.ย. ๕๖ ,และมติชน วันที่ ๑๗ มิ.ย. ๕๖

๒. ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อกลางแจ้ง และสื่ออื่น ๆ



๒.๑ ป้ายบิลบอร์ด โดยผลิตและติดตั้งในถนนสายหลักขาออกมุ่งสู่ ๔ ภาค ๔ ป้าย และ
กรุงเทพฯ ๒ ป้าย รวมทั้งสิ้น ๖ ป้าย ได้แก่

บริเวณ/จุดที่ติดตั้ง	ขนาดป้าย
- ภาคเหนือ (ถนนพหลโยธิน อ.วังน้อย จังหวัดอยุธยา)	๑๕x๒๕ เมตร (๓๗๕ ตรม.)
- ภาคอีสาน ถนนมิตรภาพ กม.๘๔ หนองแค สระบุรี	๑๕x๔๐ เมตร (๖๐๐ ตรม.)
- ภาคตะวันออกบริเวณถนนมอเตอร์เวย์มุ่งหน้าสู่ สนามบินสุวรรณภูมิ	๑๒x๓๐ เมตร (๓๖๐ ตรม.)
- ภาคใต้ บริเวณถนนพระราม ๒ รับสายตารถที่วิ่งจากถนน พระราม ๒ มุ่งหน้าถนนกาญจนา สมุทรสาคร	๑๒x๓๐ เมตร(๓๖๐ ตรม.)
- กรุงเทพฯ บริเวณทางด่วน พระราม ๙ ดินแดง อนุสาวรีย์ชัย-สะพานควาย ด้านเส้นขาเข้า	๑๕x๓๐ เมตร (๔๕๐ตรม.)
- กรุงเทพมหานคร บริเวณทางด่วนชั้นที่ ๒ รับสายตารถที่มาจาก ด่านเมืองทองธานี ถนนแจ้งวัฒนะ	๑๖x๔๒ เมตร (๖๗๒ ตรม.)

๒.๒ ป้ายไว้นิล ผลิตและติดตั้งป้ายขนาด ๑x๓ เมตร บริเวณสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่ว
ประเทศ พื้นที่ในกรุงเทพฯ และบริเวณกระทรวงสาธารณสุข จำนวน ๒๐๐ ผืน

๒.๓ แผ่นพับ

- ผลิตและเผยแพร่แผ่นพับ “ของกิน ของฝาก ปลอดภัย ต้องได้มาตรฐานการผลิต
ขั้นต้น (Primary GMP) จำนวน ๔๒๕,๕๐๐ ฉบับ ไปยังประชาชนทั่วไป และร้าน
จำหน่ายของกินของฝากที่เป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนทั่วประเทศ โดยกระจายผ่าน
สสจ. และ สสอ. ตลอดจนกิจกรรม อย.

๒.๔ คู่มือ

- จัดทำเนื้อหา คู่มือ Primary GMP สำหรับผู้ประกอบการในชุมชน (ไม่เข้าข่ายโรงงาน)

๒.๕ เว็บไซต์



- รวบรวมสื่อต่าง ๆ ในโครงการ และประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์กอง พศ. และสำนักอาหาร

3. การประเมินผลโครงการ

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ดำเนินการสำรวจในกลุ่มตัวอย่าง อายุ ๑๕-๖๕ ปี จำนวน ๑,๒๐๐ คน ในกรุงเทพฯ และอีก ๑๐ จังหวัด ที่อยู่ในพื้นที่ปริมณฑล ภาคเหนือ กลาง ตะวันออก ตะวันออกเฉียงเหนือ และ ภาคใต้ โดยมีผลการประเมินดังนี้

- ร้อยละ ๗๐.๗ ของผู้บริโภคที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) มีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่ผ่านมาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) ว่าบริโภคได้อย่างปลอดภัย (เกณฑ์กำหนดที่ร้อยละ ๗๐)
- ร้อยละ ๘๑.๒๙ ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่ยื่นขออนุญาต Primary GMP และได้รับอนุญาตจาก อย. (ข้อมูล ณ ๒๗ ส.ค.๕๖ เกณฑ์กำหนดที่ร้อยละ ๗๐)

โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนที่ได้รับมาตรฐานตามกฎหมายของไทย

รายงานนี้ครอบคลุมเฉพาะกิจกรรมที่กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (กอง พศ.) รับผิดชอบเท่านั้น

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสารมวลชน (ต.ค.- ๒๐ มิ.ย.๕๖)

๑. ผลิตและเผยแพร่สโปตวิทยุ ชุด "สะอาด ปลอดภัย มั่นใจ Primary GMP" ความยาว ๓๐ วินาที ทางสถานีวิทยุคลื่น FM ๙๒.๕ /FM ๑๐๒/FM ๙๕ และ FM ๙๑.๐ จำนวน ๑๖๐ สโปต (๒๒ เม.ย.๕๖-๓๑ พ.ค.๕๖)
๒. ผลิตและเผยแพร่สโปตโทรทัศน์ ชุด “ประทับใจ” ความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง เผยแพร่รวม 36 สโปต (Version ประชาสัมพันธ์งาน Primary GMP Day วันที่ ๒๐ มิ.ย.๕๖) ในรายการข่าวช่อง ๓ ๕ ๗ ๙ รวม ๑๒ ครั้ง ละครเย็น ๑ ครั้ง กระจกหกด้าน ๒ ครั้ง
๓. เผยแพร่ตัววิ่งประชาสัมพันธ์งานทางรายการโทรทัศน์ ในรายการข่าว ช่อง ๓ ๕ ๗ ๙ จำนวน ๓๐ ครั้ง ระหว่างวันที่ ๑๔-๒๐ มิ.ย.๕๖
๔. ประชาสัมพันธ์งาน Primary GMP Day ในรายการ “เรื่องเล่าเช้านี้” วันที่ ๒๐ มิ.ย.๕๖
๕. ผลิตและเผยแพร่ชิ้นงานหนังสือพิมพ์ข่าวสด ขนาด ๑๐x๑๒ คอลัมน์นิ้ว เพื่อประชาสัมพันธ์งาน Primary GMP Day ทางหนังสือพิมพ์ ข่าวสด วันที่ ๑๙ มิ.ย.๕๖
๖. ผลิตข่าว ๑ ชิ้น และเผยแพร่แก์สื่อมวลชนในงาน Primary GMP Day



๗. ผลิตภัณฑ์ทัศน ความยาว ๕-๖ นาที จำนวน ๑ เรื่อง และเผยแพร่ในช่วงพิธีเปิดงาน Primary GMP Day ซึ่งจัดในวันที่ ๒๐ มิ.ย.๕๖
๘. เผยแพร่ข่าวงาน Primary GMP Day ในสื่อสิ่งพิมพ์ ณ เดอะมอลล์งามวงศ์วาน วันที่ 20 ก.ค.56
๙. เผยแพร่ชิ้นงานทางหนังสือพิมพ์มติชน จำนวน 1 ฉบับ วันที่ 16 ส.ค.56

※ ※ ※ ※ ※

ผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงานตามแผน

๑. งบประมาณ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร ได้รับจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ภายใต้ยุทธศาสตร์ “ผู้บริโภครมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ปลอดภัยสมประโยชน์” ในผลผลิตที่ ๒ ผู้บริโภครได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ ได้รับจัดสรรจำนวน ๗๔,๒๗๐,๒๐๐ บาท มีผลเบิกจ่ายงบประมาณจำนวน ๑๐๗,๘๘๓,๘๔๙.๙๔ บาท ในส่วนของงบประมาณที่มีการเบิกจ่ายเกินได้รับจัดสรรจากงบกลางจำนวน ๓๓,๒๕๖,๖๔๙.๒๐ บาท ----ข้อมูลไม่ตรงกับหน้า 13

2. ผลสัมฤทธิ์

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร ได้ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ ด้วยวงเงินงบดำเนินงานทั้งสิ้น ๑๐๗,๘๘๓,๘๔๙บาท ภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินงาน พบว่า สามารถ



ดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยปรากฏผลสัมฤทธิ์ในแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
กิจกรรมหลักที่ ๒.๑ ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	- ร้อยละ ๙๐--- 91.5 ของ ผู้บริโภคร ที่มีความรู้ เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ ถูกต้อง - ๒๙๙ เรื่อง/ ๕๓๕ ครั้ง ที่มี การถ่ายทอด ความรู้	๑๐๐.๐๐%	- ดำเนินงานประเมินผล เพื่อหา ร้อยละของผู้บริโภคที่มีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การประเมิน ผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค ปี ๒๕๕๖” พบว่าร้อยละ ๙๔.๖ ของผู้บริโภคที่มีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - ดำเนินการถ่ายทอดความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อ ต่าง ๆ จำนวน 386 เรื่อง/681 ครั้ง
๒.๑.๑ การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค			
๒.๑.๑.๑ ถ่ายทอดความรู้ผ่าน สื่อมวลชน	๕๐เรื่อง/ ๒๒๐ ครั้ง	๑๐๖.๐๐%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 53 เรื่อง 361 ครั้ง
- ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อ โทรทัศน์	๒๐ เรื่อง/ ๔๐ ครั้ง	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 20 เรื่อง 40 ครั้ง
- ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ	๑๐ เรื่อง/ ๑๕๐ ครั้ง	๑๓๐.๐๐%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน ๑๓ เรื่อง/๒๙๑ ครั้ง
- ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์	๒๐ เรื่อง/ ๓๐ ครั้ง	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 20 เรื่อง 30 ครั้ง
๒.๑.๑.๒ ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่ออื่น	๑๒5เรื่อง/ 138 ครั้ง	159.20%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			จำนวน 199 เรื่อง 130 ครั้ง
- ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ ORYOR.COM	๔๖ เรื่อง/ ๑๑๑ ครั้ง	169.57%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 78 เรื่อง 78 ครั้ง
- ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่น พับ/ โปสเตอร์/บทความรู้	๒ เรื่อง/ ๒ ครั้ง	๐%	ดำเนินการไม่บรรลุตามเป้าหมาย และตัวชี้วัดที่วางไว้
- ผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร อย. REPORT	๑๒ ครั้ง	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 12 ครั้ง
- ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ	๗๗ เรื่อง/ ๒๕ ครั้ง	157.14	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 121 เรื่อง 40 ครั้ง
๒.๑.๒ สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย			
๒.๑.๒.๑ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน	๒๐ เรื่อง/ ๗๒ ครั้ง	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 20 เรื่อง 75 ครั้ง
- ผลิตและเผยแพร่สื่อบุคคล/เรื่อง เร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์	๑๒ เรื่อง/ ๑๒ ครั้ง	๙๑.๖7%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 11 เรื่อง 11 ครั้ง
- ผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุก และเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์	๘ เรื่อง/ ๖๐ ครั้ง	๑๑๒.๕%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 9 เรื่อง 64 ครั้ง
๒.๑.๒.๒ ประชาสัมพันธ์ทั่วไป	๑๐๔เรื่อง/ ๑๐๕ ครั้ง	๑๐๙.๖๒%	ดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายและ ตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 114 เรื่อง 115 ครั้ง
- ตรวจวิเคราะห์ข่าว			ดำเนินการตรวจวิเคราะห์ข่าวทุก วัน รวม ๑๕,๒๔๖ เรื่อง
- แฉลงข่าว/ ผลิตข่าวแฉ	๑๐๔ เรื่อง/ ๑๐๔ ครั้ง		ดำเนินการแฉลงข่าว ๒๙ เรื่อง/29 ครั้ง และผลิตข่าวแฉ ๘๕ เรื่อง/



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			85 ครั้ง
- อย. Quality Award ๒๕๕๖	๑ ครั้ง	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินการจัดงานอย. Quality Award ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556
กิจกรรม ๒.๒ หนุนรงค์ให้ผู้บริโภคมี พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ถูกต้อง	ร้อยละของ ผู้บริโภคที่มี พฤติกรรม บริโภค ผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ ถูกต้อง (ร้อยละ ๘๓.๕)	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินการประเมินผล เพื่อหา ร้อยละของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การ ประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนา ศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนา ศักยภาพผู้บริโภค ปี ๒๕๕๖” พบว่าร้อยละ ๘๒.๒ ผู้บริโภคที่มี พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ถูกต้อง ไม่บรรลุตาม ตัวชี้วัดที่วางไว้
๒.๒.๑ โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมี พฤติกรรมที่ถูกต้องด้านผลิตภัณฑ์ สุขภาพ	๓ โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายตัวชี้วัดที่วางไว้
- โครงการ อย.น้อย	๑ โครงการ	๑๐๐.๐๐%	การประเมินผลตามโครงการฯ พบว่า 1. ร้อยละของสถานศึกษาใน จังหวัดที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย - ร้อยละ ๗๑.๐๖ ของโรงเรียน มัธยมศึกษา - ร้อยละ 56.89 ของโรงเรียน ประถมศึกษาขยายโอกาส - ร้อยละ 30.95 ของโรงเรียน ประถมศึกษา 2. ร้อยละ ๒๐ ของสถานศึกษาที่ ดำเนินกิจกรรม อย.น้อยผ่านเกณฑ์



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			มาตรฐานในระดับดีขึ้นไป ร้อยละของสถานศึกษาในจังหวัดที่ ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ที่ผ่าน เกณฑ์มาตรฐาน โรงเรียน อย.น้อย ในระดับดีขึ้นไป ร้อยละ ๔0.34
- โครงการอาหารปลอดภัย	๑ โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม แผนที่ตั้งไว้
- โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย	๑ โครงการ	๑๐๐.๐๐%	การประเมินผลตามโครงการฯ พบว่า 1. ร้อยละ ๘๓.4 ของผู้บริโภคร สามารถแยกแยะลักษณะของ โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวด เกินจริงหรือโฆษณาที่หลอกลวงได้ 3. ร้อยละ 74.8 ของผู้บริโภครับรู้ สื่อที่เผยแพร่ในโครงการรณรงค์ อย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕6 โดยสื่อที่ผู้บริโภครเกิด การรับรู้มากที่สุด คือ กิจกรรมการ ประกวดภาพยนตร์สั้น ในหัวข้อ “อย่าหลงเชื่อง่าย” ภายใต้แนวคิด เตือนภัยผ่านเลนส์ ร้อยละ ๔๓
๒.๒.๒ โครงการวิจัยเพื่องานพัฒนา งานคุ้มครองผู้บริโภค	๑ โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายตัวชี้วัดที่วางไว้
- การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนา ศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนา ศักยภาพผู้บริโภค	๑ เรื่อง	๑๐๐.๐๐%	การประเมินผลตามโครงการฯ พบว่า ๑. ร้อยละ ๙๔.๖ ของประชาชนมี ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ อย่างถูกต้อง 2. ร้อยละ ๘๒.๒ ของประชาชนมี



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			<p>พฤติกรรมกรรมการบริโภคนผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง</p> <p>4. ร้อยละ ๙๔.๖ ของผู้บริโภครู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของ อย. โดยรับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของ อย. จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๙๑.๑</p> <p>5. ร้อยละ ๘๔.๕ ของประชาชนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ อย. โดยแบ่งความพึงพอใจในการปฏิบัติงานออกเป็น ๒ ด้าน คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้อยละ ๙๐.๙ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ อย. ด้านการเผยแพร่รณรงค์ประชาสัมพันธ์ - ร้อยละ ๗๖.๖ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ อย. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค <p>6. ร้อยละ ๘๙.๘-๙๖.๗ ของผู้บริโภคมั่นใจต่อ อย. ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีความเชื่อมั่นอันดับแรกในเรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านการพิจารณาของ อย. คิดเป็นร้อยละ ๙๖.๗</p>
๒.๒.๓ โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน	๒ โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
- โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	๑ โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายตัวชี้วัดที่วางไว้โดยคณะทำงานโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของ อย. ร่วมกับคณะทำงานภาคประชาชน ดำเนินโครงการการมีส่วนร่วมของประชาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556
- โครงการพัฒนาการพหุติกรรมการบริโภคในพื้นที่ โดยอาศัยเครือข่าย	๑ โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายตัวชี้วัดที่วางไว้โดยประสานการดำเนินงานร่วมกับ กอง คบ.
๒.๒.๔ โครงการพัฒนาเพื่องานคุ้มครองผู้บริโภค	๓ โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
๒.๒.๔.๑ โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การติดตามประเมินผลและถอดบทเรียนการทำงานคณะกรรมการอาหารและยา กิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค			ดำเนินงานโครงการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การติดตามประเมินผลและถอดบทเรียนกิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ณ โรงแรมสามพราน ริเวอร์ไซด์ จ.นครปฐม การทำงานอบรมเจ้าหน้าที่กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เรื่อง การจัดทำแผนยุทธศาสตร์งานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ก๊อบของปีงบประมาณนี้ไม่ได้เลย
๒.๒.๔.๒ โครงการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	1 โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
- การพัฒนาบุคลากรเฉพาะทางด้าน	๒2 ราย		เจ้าหน้าที่กองพัฒนาศักยภาพ



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
พัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (ไปอบรมกับหน่วยงานอื่น)			ผู้บริโภคเข้ารับการอบรมหลักสูตรต่างๆ จากหน่วยงานภายนอก รวม ๒2 ราย ซึ่งทำให้เจ้าหน้าที่ที่ได้รับการอบรมได้รับความรู้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานด้านพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้
- โครงการประชาสัมพันธ์ผ่าน Mobile Application	1 โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
- โครงการตามนโยบาย Primary GMP	1 โครงการ	๑๐๐.๐๐%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้

ปัญหาและอุปสรรค

1. ในการดำเนินงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคที่ผ่านมาไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้การกำหนดรูปแบบการทำงานประชาสัมพันธ์ การพัฒนาพฤติกรรม การขยายเครือข่าย ตลอดจนเลือกใช้สื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างได้ไม่คุ้มค่า
2. ในการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมนั้น ยังอยู่ในระดับความร่วมมือ (collaborative) เฉพาะในโครงการ และกิจกรรมต่าง ๆ เท่านั้น เช่น การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ในโครงการการ อย.น้อย เป็นต้น แต่ยังไม่อาจมีส่วนร่วมในระดับที่เสริมอำนาจประชาชน (Empowerment) ให้มีการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการกำหนดนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้
3. ในส่วนของการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธี e-auction ที่เน้นการจ้างงานบริษัทที่เสนอราคาถูกที่สุดนั้น ทำให้ได้บริษัทที่ไม่ตรงกับความต้องการ เนื่องจากอาจมีบริษัทที่มีความเหมาะสมมากกว่าบริษัทที่เสนอราคาต่ำสุด
4. ข้อจำกัดด้านบุคลากร : ท่ามกลางความต้องการปริมาณงานที่มากขึ้น และสมรรถนะแบบในทุกๆด้าน ทว่าอัตรากำลังของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคยังคงตัว ทำให้ขาดความสมดุลระหว่างปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งบุคลากรต้องปฏิบัติงานอื่นนอกเหนือจากภาระหน้าที่หลัก และในบางกรณีที่งานนั้นไม่ตรงกับสมรรถนะโดยตรงของบุคลากรทำให้บุคลากรปฏิบัติงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ



1. แม้ว่าผลิตภัณฑ์สุขภาพบางผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาโอ้อวดเกินจริง แต่ก็มีผู้บริโภคจำนวนมากไม่น้อยที่ยังแสดงความต้องการในการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการปกป้องสิทธิของประชาชน

๒. จากรายงานการวิจัยเรื่อง การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี ๒๕๕๖ พบว่า “สื่อกิจกรรม เป็นสื่อที่ประชาชนรับรู้มากที่สุด” ควรมีการกิจกรรมที่สอดคล้องกับงานขยายเครือข่ายให้มากที่สุด เพื่ออาศัยเครือข่ายในการเป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในวงกว้าง หรือหากกิจกรรมที่อยู่ในความสนใจของประชาชน การจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ หรือรณรงค์สมควรวางแผนให้เหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในงบประมาณที่จำกัด

๓. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานที่มีต้นทุนทางด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญในการเพิ่มบทบาทตนเองให้เป็นศูนย์กลางข้อมูล และผู้ผลิตเนื้อหาสาระที่มีผลสะท้อนต่อกระบวนการรับรู้ของประชาชนโดยทั่วไป และเป็นที่ต้องการสื่อมวลชนแขนงต่างๆ สามารถหยิบยกไปเผยแพร่ต่อไป

แนวทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕7

1. มุ่งเน้นขยายเครือข่ายให้ภาคส่วนต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคมากขึ้น
2. เพิ่มช่องทางและความถี่ของการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง
3. เผยแพร่ ปรับปรุง และพัฒนาช่องทางการสื่อสาร เช่น Oryor Smart Application โดยเพิ่มหมวดหมู่ที่เป็นประโยชน์และเข้าถึงผู้บริโภคให้มากขึ้น เน้นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักประโยชน์ของ Oryor Smart Application ในการปกป้องตนเองและผู้อื่นจากผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก ออย.
4. พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับสถานการณ์การทำงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีปริมาณงาน ความหลากหลายของงาน และความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี เป็นตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อม

※ ※ ※ ※ ※



ภาคผนวก





แผนปฏิบัติการงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556
หน่วยงาน กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

แผนงาน/ผลิต/กิจกรรมหลัก/ กิจกรรม/โครงการ	รหัสกิจกรรม (11 หลัก)	เป้าหมาย		แผนการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณรายเดือน											หมายเหตุ	
		หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น	จ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.			
รวมทั้งสิ้น			62,029,100	326,777	420,917	799,663	1,535,463	846,463	3,988,463	7,126,509	4,392,789	6,164,689	8,136,109	16,768,502	11,522,756	
แผนงานที่ 2 พัฒนาสุขภาพของประชาชน																
ผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับ																
ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง																
กิจกรรมหลักที่ 2.1 ถ่ายทอดองค์ความรู้																
ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ																
		งาน	เรื่อง	4	14	16	17	24	38	33	41	36	29	20	27	
		งาน	ครั้ง	5	13	14	23	35	75	80	96	111	39	21	23	
		เงิน	บาท	326,777	396,427	532,693	816,693	782,693	989,693	3,480,019	2,334,019	2,244,019	3,457,769	5,144,432	3,992,866	
1. การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค		งาน	เรื่อง	4	6	8	8	15	25	22	28	24	18	10	7	
		งาน	ครั้ง	5	5	6	8	20	56	63	77	83	22	10	3	
		เงิน	บาท	11,900,000	0	166,666	166,666	166,666	366,666	1,326,666	1,646,666	1,696,666	1,896,666	2,266,666	2,200,006	
1.1 ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน		งาน	เรื่อง	50	0	0	0	4	14	10	6	12	4	0	0	
		งาน	ครั้ง	220	0	0	0	4	36	42	62	68	8	0	0	
		เงิน	บาท	7,400,000	0	0	0	0	0	1,160,000	1,480,000	1,230,000	1,230,000	1,650,000	650,000	
1.1.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้		งาน	เรื่อง	20	0	0	0	2	4	4	4	4	2	0	0	
ผ่านสื่อโทรทัศน์		งาน	ครั้ง	40				4	8	8	8	8	4			
1) รายการสารคดี ไม่เกิน 2 นาที		เงิน	บาท	4,000,000	0	0	0	0	0	800,000	800,000	800,000	800,000	400,000	400,000	
1.1.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ		งาน	เรื่อง	10	0	0	0	2	4	4	0	0	0	0	0	
		งาน	ครั้ง	150	0	0	0	0	20	30	50	50	0	0	0	
		เงิน	บาท	1,400,000	0	0	0	0	0	210,000	280,000	280,000	280,000	350,000	0	



แผนงาน/ผลผลิต/กิจกรรมหลัก/ กิจกรรม/โครงการ	รหัสกิจกรรม (11 หลัก)	เป้าหมาย		แผนการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณรายเดือน												หมายเหตุ			
		งาน เงิน	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น	ก.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.		
1) ผลิตรายการ 1 นาที		งาน	เรื่อง	10					2	4									
2) เผยแพร่ทางสถานี network และคลื่นพลง		งาน	ครั้ง	150						20	30	50							
3) ของรางวัลรวมค่าจัดส่งและข้อเสนอสื่อ พิเศษอื่น ๆ																			
1.1.3 ผลิตและเผยแพร่ความรู้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์	05 07 02 003 12	งาน	เรื่อง	20	0	0	0	0	0	6	2	2	8	2	0	0	0	0	0
		งาน	ครั้ง	30	0	0	0	0	0	8	4	4	10	4	0	0	0	0	0
		เงิน	บาท	2,000,000	0	0	0	0	0	150,000	400,000	400,000	150,000	900,000	250,000				
1) ค่าผลิตชิ้นงานหนังสือพิมพ์		งาน	เรื่อง	10	0	0	0	0	0	4	0	0	6	0	0	0	0	0	0
2) ค่าซื้อพื้นที่หนังสือพิมพ์ ขนาด 12x5 คอลัมน์ข่าว ข่าว 1 ฉบับ ๆ ละ 10 ครั้ง		งาน	ครั้ง	10	0	0	0	0	0	4	0	0	6	0	0	0	0	0	0
		เงิน	บาท	1,000,000								250,000		750,000					
3) ค่าผลิตชิ้นงานนิทรรศการ		งาน	เรื่อง	10	0	0	0	0	0	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0
4) ค่าซื้อพื้นที่นิทรรศการขนาดหน้า 4 สี่ หรือ ข่าว 2 ฉบับ ๆ ละ 10 ครั้ง		งาน	ครั้ง	20	0	0	0	0	0	4	4	4	4	4	0	0	0	0	0
		เงิน	บาท	1,000,000						150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	250,000				
1.2 ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่ออื่น		งาน	เรื่อง	125	4	6	8	8	11	11	12	22	12	14	10	7			
		งาน	ครั้ง	138	5	5	6	8	16	20	21	15	15	14	10	3			
		เงิน	บาท	4,500,000	0	0	166,666	166,666	166,666	366,666	166,666	166,666	466,666	666,666	616,666	1,550,006			
1.2.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ ผ่านเว็บไซต์ ORYOR.COM	05 07 02 004 12	งาน	เรื่อง	46	2	2	2	2	5	6	7	6	5	4	4	1			
		งาน	ครั้ง	111	4	4	4	6	13	18	19	12	13	8	8	2			
		เงิน	บาท	1,000,000	0	0	0	0	0	200,000	0	0	300,000	0	450,000	50,000			



แผนงาน/ผลิตภัณฑ์/ กิจกรรม/โครงการ	รหัสกิจกรรม (11 หลัก)	เป้าหมาย		แผนการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณรายเดือน										หมายเหตุ			
		งาน เงิน	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น	ค.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.		ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1.2.2 ผลิตภัณฑ์ความรู้อาเซียนผ่านพื้นที่/ โบสถ์/บทความรู้	05 07 02 006 12	งาน	เรื่อง	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0
		งาน	ครั้ง	2										2			
		เงิน	บาท	1,000,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,000,000
1.2.3 ผลิตภัณฑ์ข่าวสาร อบ.REPORT เดือนละ 1 ฉบับ ๆ ละ 20,000 เล่ม	05 07 02 007 12	งาน	ฉบับ	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		เงิน	บาท	2,000,000	0	0	166,666	166,666	166,666	166,666	166,666	166,666	166,666	166,666	166,666	166,666	500,006
1.2.4 ผลิตภัณฑ์แผ่นพับนิทรรศการ	05 07 02 008 12	งาน	เรื่อง	77	2	4	6	6	6	5	5	16	7	8	6	6	6
		งาน	ครั้ง	25	1	1	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2	1
		เงิน	บาท	500,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	500,000	0	0	0
1) ผลิตภัณฑ์นิทรรศการ 10 เรื่อง		งาน	เรื่อง/ชุด	10	0	0	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0
2) ผลิตภัณฑ์ และจัดนิทรรศการ		งาน	เรื่อง	65	2	4	6	6	6	5	5	6	7	6	6	6	6
		งาน	ครั้ง	23	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1
2. สร้างความตระหนักและความเข้าใจ ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย		งาน	เรื่อง	124	0	8	8	9	9	13	11	13	12	11	10	10	20
		งาน	ครั้ง	177	0	8	8	8	15	19	17	19	17	28	17	11	20
		เงิน	บาท	7,180,000	0	30,000	73,000	313,000	393,000	343,000	1,863,000	403,000	297,000	1,105,000	805,000	1,555,000	
2.1 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน		งาน	เรื่อง	20	0	0	0	1	1	3	1	1	2	1	0	0	10
		งาน	ครั้ง	72	0	0	0	7	7	9	7	7	18	7	0	0	10
		เงิน	บาท	5,000,000	0	0	0	240,000	320,000	270,000	1,790,000	330,000	220,000	1,010,000	220,000	600,000	
1) ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพโทรทัศน์/เรื่อง เร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์ 12 เรื่อง ๆ ละ 1 สถานี	05 07 02 009 12	งาน	เรื่อง	12	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	10
		งาน	ครั้ง	12						2							10
		เงิน	บาท	3,000,000	0	0	0	0	0	0	1,500,000	0	0	900,000	0	600,000	



แผนงาน/ผลผลิต/กิจกรรมหลัก/ กิจกรรม/โครงการ	รหัสกิจกรรม (11 หลัก)	เป้าหมาย		แผนการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณรายเดือน												หมายเหตุ	
		งาน เงิน	หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.
2) ผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุก และเรื่องร่วมทางหนังสือพิมพ์ 12 เรื่องๆ ละ 6 ฉบับ	05 07 02 010 12	งาน เงิน	เรื่อง นับ	8	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	0	0	
		งาน	ครั้ง	60				7	7	7	7	7	18	7			
		เงิน	บาท	2,000,000	0	0	0	240,000	320,000	270,000	290,000	330,000	220,000	110,000	220,000	0	
		งาน	เรื่อง	104	0	8	8	8	8	10	10	10	10	10	10	10	10
		งาน	ครั้ง	105	0	8	8	8	8	10	10	10	10	10	10	11	10
		เงิน	บาท	2,180,000	0	30,000	73,000	73,000	73,000	73,000	73,000	73,000	73,000	77,000	95,000	585,000	955,000
2.2.1 ตรชนิเคราะห์ข่าว (ทุกวัน)	05 07 02 011 12	เงิน	บาท	420,000	0	0	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	105,000		
2.2.2 แสดงข่าว/จัดข่าวแจก	05 07 02 012 12	งาน	เรื่อง	104	8	8	8	8	8	10	10	10	10	10	10	10	
		งาน	ครั้ง	104	8	8	8	8	8	10	10	10	10	10	10	10	
		เงิน	บาท	460,000	0	30,000	38,000	38,000	38,000	38,000	38,000	42,000	60,000	50,000	50,000		
2.2.3 บันทึกภาพ/ถ่ายภาพกิจกรรม	05 07 02 013 12			0													
2.2.4 ob. Quality Award 2556	05 07 02 014 12	งาน	ครั้ง	1										1			
		เงิน	บาท	800,000										500,000	300,000		
2.2.5 กิจกรรมสนับสนุนงานวัน อสม.แห่งชาติ	05 07 02 016 12	เงิน	บาท	500,000											500,000		
3. งานบริการเรื่องเรียน/เข้าระงับการโฆษณา				712,960	41,727	41,727	41,727	41,727	41,727	41,727	59,053	59,053	59,053	167,326	59,060		
3.1 งานพัฒนากระบวนการเรียน	05 07 02 017 02	เงิน	ระบบ	1												1	
		งาน	บาท	463,960	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	47,326	47,326	47,326	47,326	47,330		
1) การพัฒนางานข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียน		งาน	ระบบ	1												1	
2) ประชุมเชิงปฏิบัติการ		งาน	ระบบ	1												1	
3) สายด่วน อย. 1556		งาน	ระบบ	1												1	



แผนงาน/ผลผลิต/กิจกรรมหลัก/ กิจกรรม/โครงการ	รหัสกิจกรรม (11 หลัก)	เป้าหมาย		แผนการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณรายเดือน												หมายเหตุ
		หน่วย นับ	รวมทั้งสิ้น	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
8. การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน			6,270,000	0	3,250	34,750	31,550	31,550	31,550	168,470	1,116,550	68,450	1,016,380	2,211,850	1,555,650	
8.1 โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วม ของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา	05 08 02 024 04	โครงการ เงิน	1												1	
8.2 โครงการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค	05 08 02 025 04	โครงการ เงิน	1												1	
9. โครงการพัฒนาห้องงานคุ้มครองผู้บริโภค			1,861,000	0	0	10,000	275,000	10,000	10,000	676,000	10,000	20,000	420,000	30,000	400,000	
9.1 โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การติดตามประเมินผลและถอดบทเรียน การทำงานกิจกรรมพัฒนาคุณภาพผู้บริโภค	05 08 02 026 07	โครงการ เงิน	1				1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9.2 โครงการพัฒนาบุคลากร	05 08 02 027 06															
9.2.1 โครงการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงาน		โครงการ เงิน	1						1							
9.2.2 ค่าลงทะเบียนอบรมกับหน่วยงานอื่น		งาน เงิน	26													
9.3 โครงการประชาสัมพันธ์ข่าวทาง Mobile Application	05 08 02 028 06	โครงการ เงิน	1												1	
9.4 โครงการตามนโยบาย Primary GMP	05 08 02 029 06	โครงการ เงิน	1												1	งบกลาง
		งาน เงิน	10,000,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,000,000	0

รวมดำเนินงาน 62,029,100
รวมงบลงทุน 0
รวมรายจ่ายอื่น 114,100
รวมงบกลาง 10,000,000
รวมทั้งสิ้น 72,143,200



ผลผลิต/กิจกรรม	เป้าหมาย/ หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินงาน										งบประมาณ		
		พย	ธค	มค	กพ	เมค	พค	เมย	กค	กย	งบประมาณ			
รวมทั้งสิ้น													2556	62,029,100
แผนงานที่ 1 พัฒนาสุขภาพของประชาชน														
ผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง														
กิจกรรมที่ 2.1 : ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	299เรื่อง/535ครั้ง													24,498,100
2.1.1 การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค	(175เรื่อง/358ครั้ง)													11,900,000
2.1.1.1 ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน	50 เรื่อง/220 ครั้ง													7,400,000
1. ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์														
- รายการสารคดี ไม่เกิน 2 นาที	(20 เรื่อง/40 ครั้ง)													4,000,000
2. ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ	(10 เรื่อง/150 ครั้ง)													1,400,000
- ผลิตสารคดี 1 นาที	(10 เรื่อง)													
- เผยแพร่ทางสถานี NETWORK และสถานีเพลง	(150 ครั้ง)													
- ของรางวัลรวมค่าจัดส่งและข้อเสนอพิเศษอื่นๆ														
3. ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	(20 เรื่อง/30 ครั้ง)													2,000,000
- ค่าผลิตขึ้นงานหนังสือพิมพ์	(10 เรื่อง)													
- ค่าซื้อพื้นที่หนังสือพิมพ์ ขนาด 12X5 คอลัมน์นิ้ว 4 สี ตีพิมพ์ 1 ฉบับ ๆ ละ 10 ครั้ง	(10 ครั้ง)													
- ค่าผลิตขึ้นงานนิตยสาร	(10 เรื่อง)													
- ค่าซื้อพื้นที่นิตยสารเต็มหน้า 4 สี ตีพิมพ์ 2 ฉบับ ๆ ละ 10 ครั้ง	(20 ครั้ง)													



2.1.3 งานบริการเรื่องเรียน / ใ้การแจ้งการโฆษณา										1,108,000	712,960
2.1.3.1 งานพัฒนาระบบเรื่องเรียน											463,960
- สายด่วน อย. 1556											
2.1.3.2 งานแจ้งรางวัลโฆษณา											249,000
งานพัฒนาระบบแจ้งรางวัลโฆษณา											
- การพัฒนาระบบฐานข้อมูลแจ้งรางวัลโฆษณา											
ผลิตภัณฑ์สุขภาพ											
2.1.4 ค่าบริหารงานทั่วไป										2,036,000	4,705,140
										156,600	
กิจกรรมที่ 2.2 อบรมการใช้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกร											37,531,000
บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง											
2.2.1 โครงการรณรงค์ใช้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ถูกต้อง											28,000,000
ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ											
1. โครงการ อย.น้อย										16,000,000	17,000,000
2. โครงการอาหารปลอดภัย										1,500,000	4,000,000
3. โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย										7,000,000	7,000,000
2.2.2 โครงการวิจัยเพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค											1,400,000
1. การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาคุณภาพผู้บริโภค										1,400,000	1,400,000
ของกองพัฒนาคุณภาพผู้บริโภค											





2.2.3 การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน	2 โครงการ											6,270,000
1. โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา												1,270,000
2. โครงการพัฒนาพหุติกรรรมการบริโภคในพื้นที่โดยอาศัยเครือข่าย												5,000,000
2.2.4 โครงการพัฒนาเพื่องานคุ้มครองผู้บริโภค	3 โครงการ											1,861,000
1. โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การติดตามประเมินผลและถอดบทเรียนการทำงานกิจกรรมพัฒนาคุณภาพผู้บริโภค	1 โครงการ											265,000
2. โครงการพัฒนาบุคลากร	1 โครงการ											266,000
- โครงการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน												150,000
- ค่าลงทะเบียนอบรมกับหน่วยงานอื่น	26 คน											130,000
3. โครงการพัฒนาสื่อ (Mobile Application)	1 โครงการ											1,200,000
4. โครงการตามนโยบาย Primary GMP	1 โครงการ											10,000,000



