

รายงานประจำปี 2553
กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

คำนำ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัยและสมประโยชน์ เพื่อสุขภาพที่ดี และมีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ ให้รับทราบและใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาเลือกซื้อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสม และปลอดภัย รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจากสำนักงาน ฯ ตลอดจนการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมบริโภคที่ถูกต้อง สมประโยชน์ มีสุขภาพที่ดี โดยได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในหลายโครงการและกิจกรรม ได้แก่ การเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค การผลิตสื่อให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ โครงการ ออย.น้อย โครงการอาหารปลอดภัย โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย สายด่วน ออย.1556 เว็บไซต์ oryor.com เป็นต้น ซึ่งโครงการทั้งหมดดังกล่าวดำเนินการสอดประสานกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งในปี 2553 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ อย่างจริงจัง

รายงานประจำปีงบประมาณ 2553 ฉบับนี้ ได้รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี 2553 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานประจำปีฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเป็นข้อมูลสำคัญ ในการพัฒนาปรับปรุงองค์กรและระบบงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ ต่อไป

พฤศจิกายน ๒๕๕๓

สารบัญ

หน้า

คำนำ

สารบัญ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

- วิสัยทัศน์ พันธกิจ	1
- หน้าที่ความรับผิดชอบ	2
- ความเชื่อมโยงประเด็นยุทธศาสตร์	3
- โครงสร้างการจัดการองค์กร	4
- อัตรากำลัง	7
- งบประมาณการดำเนินการ	10

ส่วนที่ 2 แผนการดำเนินงาน 11

ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินงาน

- การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค	14
- การสร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ อย่างปลอดภัย	26
- โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ถูกต้อง	36
- โครงการวิจัยเพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค	44
- การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน	45
- โครงการพัฒนาบุคลากร	54
- งานครบรอบ 35 ปี สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	56

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

- ผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงานตามแผน 58
- ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ 65
- แนวทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2554 66

ภาคผนวก

- แผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี 2553
กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

ส่วนที่ 1

ข้อมูลพื้นฐาน

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

วิสัยทัศน์

เป็นหน่วยงานบริโภคศึกษา พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคอย่างเป็นระบบและ
ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภารกิจหลัก

1. ให้ความรู้แก่ประชาชนทางสื่อต่าง ๆ
2. พัฒนาพฤติกรรมการบริโภค
3. ประชาสัมพันธ์
4. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร
5. วิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

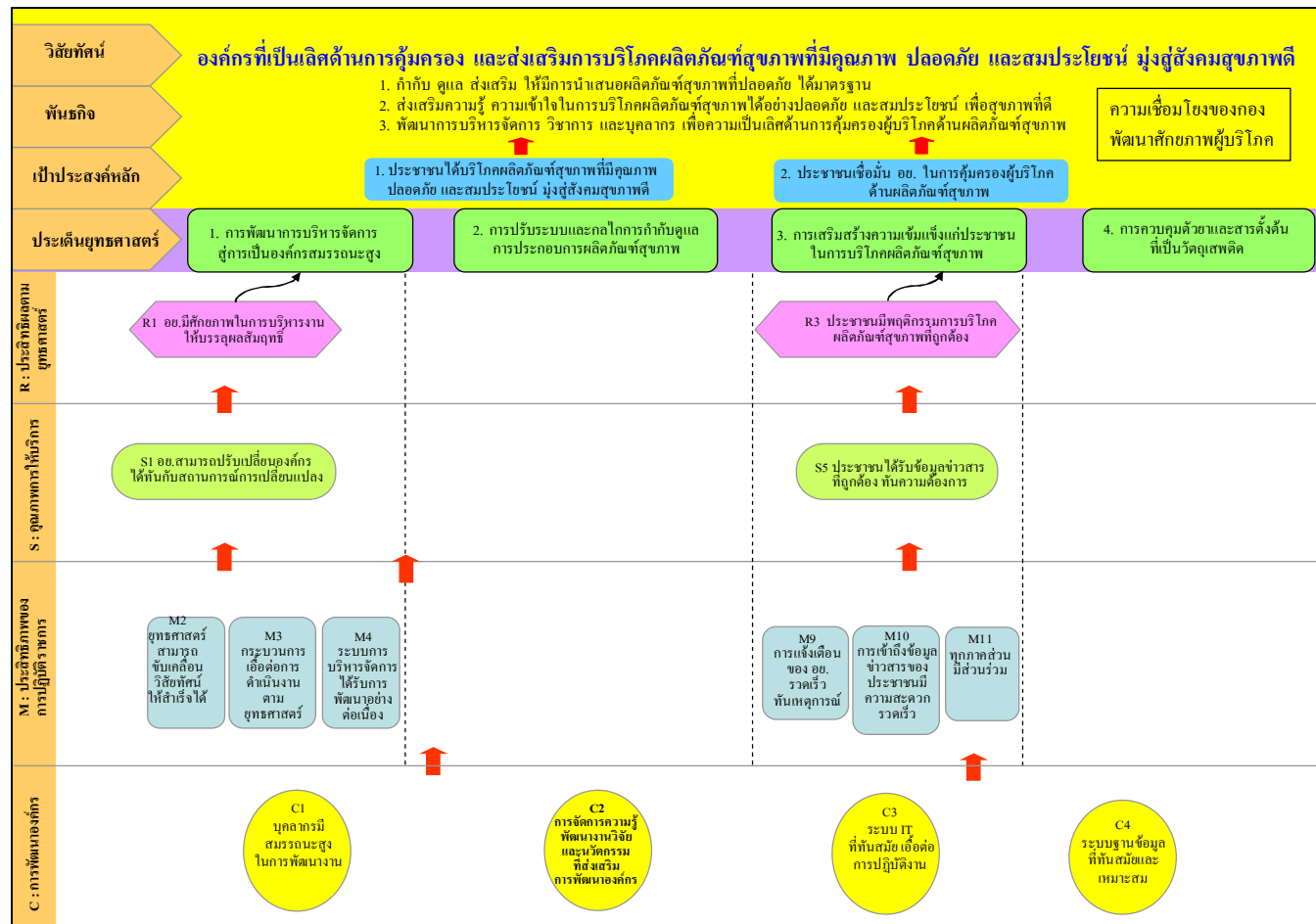
เป้าประสงค์

1. ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสม
2. ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ
3. ผู้บริโภครู้จักปกป้องสิทธิและเรียกร้องสิทธิในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย
4. ประชาชนมีความเข้าใจ มีความเชื่อมั่น และรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. พัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคให้สามารถเลือกหาและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า รวมทั้งมีการส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภคให้รู้จักปกป้องและเรียกร้องสิทธิในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย
2. ส่งเสริม เผยแพร่ความรู้และสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านทางสื่อและรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ
3. พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความน่าสนใจ เข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลทันสมัย สะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ
4. พัฒนาเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
5. วิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
6. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

ความเชื่อมโยงประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าหมายการให้บริการ กลยุทธ์ ผลผลิต และกิจกรรมระดับกรม สู่ระดับกอง ประจำปีงบประมาณ 2553



โครงสร้างการจัดการองค์กร

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร ได้มีการจัดระบบโครงสร้างภายใน เพื่อให้การดำเนินงานและการบริหารงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผล ซึ่งแบ่งออกเป็น 1 ฝ่าย / 6 กลุ่ม ดังนี้

1. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป
2. กลุ่มบริโภครสัมพันธ์
3. กลุ่มพัฒนาระบบ
4. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคร 1
5. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคร 2
6. กลุ่มประชาสัมพันธ์
7. กลุ่มเผยแพร่ความรู้

1. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 1.1 งานสารบรรณ
- 1.2 งานการเจ้าหน้าที่เบื้องต้น
- 1.3 งานการเงิน / บัญชี / งบประมาณ เบื้องต้น
- 1.4 งานพัสดุและยานพาหนะ
- 1.5 งานอำนวยความสะดวกและสนับสนุนกลุ่มภารกิจอื่น ๆ
- 1.6 ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

2. กลุ่มบริโภครสัมพันธ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 2.1 ส่งเสริม / สนับสนุน / พัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร
- 2.2 ภารกิจอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

3. กลุ่มพัฒนาระบบ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 3.1 จัดทำแผนงาน งบประมาณ โครงการ และกำกับติดตามการดำเนินการ ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการสาธารณสุข นโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวงสาธารณสุข และนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- 3.2 วางแผน ดำเนินการศึกษาวิจัย และประสานงานส่งเสริมการวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการดำเนินการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคร
- 3.3 พัฒนาศักยภาพของกอง ตลอดจนทำหน้าที่ประสานงานเรื่องการอบรมกับหน่วยงานผู้จัดอบรม
- 3.4 ประเมินผลการปฏิบัติงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัยและวางแผนการดำเนินงาน
- 3.5 สนับสนุนข้อมูลการดำเนินงานศึกษาวิจัยด้านคุ้มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจ
- 3.6 พัฒนาระบบฐานข้อมูล และระบบคอมพิวเตอร์ของกอง เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้บริโภครเข้ามาสืบค้นความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว

- 3.7 ปฏิบัติงานด้านข้อมูลข่าวสารของราชการของกอง และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของกองในการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มภารกิจอื่น ๆ
 - 3.8 พัฒนาระบบการปฏิบัติงานของกองให้มีประสิทธิภาพ และจัดระบบการควบคุมภายใน
 - 3.9 ประสานงาน/จัดรายการศึกษาดูงานของนักศึกษา ข้าราชการและผู้สนใจด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร
 - 3.10 ภารกิจอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย
4. **กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริหาร 1 - 2** มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้
- 4.1 วิเคราะห์สภาพปัญหาการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อหาแนวทาง และจัดทำแผนการพัฒนากิจกรรมกรรมการบริหาร และการเผยแพร่ความรู้สู่ประชาชน
 - 4.2 จัดทำและดำเนินโครงการเพื่อพัฒนากิจกรรมการบริโภคของประชาชน ให้ถูกต้องเหมาะสมและปลอดภัย
 - 4.3 พัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรที่ดำเนินการเพื่อผู้บริโภค
 - 4.4 สนับสนุนองค์กรผู้บริโภคให้มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม มีความต่อเนื่อง และสมประโยชน์
 - 4.5 ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาบทบาทในการคุ้มครองสิทธิของตนเอง
 - 4.6 ประเมินผลการดำเนินงาน
 - 4.7 ภารกิจอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย
5. **กลุ่มประชาสัมพันธ์** มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้
- 5.1 วิเคราะห์ข่าวสารที่ปรากฏทางสื่อมวลชนทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อนำมาพัฒนางานและประชาสัมพันธ์ หรือสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องทางวิชาการและการดำเนินงานของสำนักงาน
 - 5.2 จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเชิงรุก เพื่อสร้างความตื่นตัวแก่ผู้บริโภค ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย และดึงผู้บริโภคเป็นแนวร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
 - 5.3 จัดทำข่าวสำนักงาน และจัดแถลงข่าว เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รวมทั้งสาระความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นที่สนใจของประชาชน
 - 5.4 ประสานงานและดำเนินงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน และร่วมผลักดันงานคุ้มครองผู้บริโภค
 - 5.5 ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือที่ดีของบุคลากรในสำนักงาน โดยอาศัยระบบเสียงตามสาย จดหมายข่าว และบอร์ดประชาสัมพันธ์
 - 5.6 ติดตามและตรวจติดตามข่าวจากหนังสือพิมพ์ วิเคราะห์และนำเสนอผู้บริหาร เพื่อพิจารณาดำเนินการได้ทันต่อสถานการณ์ และเหมาะสม
 - 5.7 จัดทำและดูแลข้อมูลในระบบประชาสัมพันธ์ ทางระบบสำนักงานอัตโนมัติ
 - 5.8 จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก
 - 5.9 วางแผนในการใช้ พัฒนาปรับปรุง บำรุงรักษาโสตทัศนูปกรณ์อย่างมีประสิทธิภาพ
 - 5.10 ออกแบบและผลิตสื่อโสตทัศนวัสดุ
 - 5.11 ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ และงานศิลปกรรม

- 5.12 ออกแบบและตกแต่งสถานที่ในกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น นิทรรศการ แกลลงข้าว เป็นต้น
- 5.13 จัดการและให้บริการโสตทัศนูปกรณ์
- 5.14 ให้คำปรึกษาแนะนำการใช้โสตทัศนูปกรณ์
- 5.15 ภารกิจอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

6. กลุ่มเผยแพร่ความรู้ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 6.1 เผยแพร่ความรู้ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และทางสื่ออื่น ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมียุทธศาสตร์ภาพในการดูแลตนเอง สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสมและปลอดภัย
- 6.2 พัฒนาระบบ และดูแลระบบสายด่วนผู้บริโภค เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้บริโภคเข้ามาสืบค้นความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว
- 6.3 ภารกิจอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ : ปีงบประมาณ 2553

สรุป (44 คน)	
ข้าราชการ	26 คน
หัก ยืมตัว	1 คน
ลูกจ้างประจำ	2 คน
พนักงานราชการ	1 คน
ลูกจ้างเหมา	14 คน

อัตรากำลัง

- เกสซ์กร 4 อัตรา
- นักวิชาการอาหารและยา 4 อัตรา
- นักวิชาการเผยแพร่ 11 อัตรา
- นักจัดการงานทั่วไป 1 อัตรา
- เจ้าพนักงานธุรการ 5 อัตรา

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารได้มีการพิจารณาโครงสร้าง ภารกิจกลุ่ม / ฝ่าย ตลอดจนพิจารณาจัดข้าราชการเข้าสู่ตำแหน่งให้เกิดความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยมีการจัดข้าราชการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารดังนี้

1. นายนิรัตน์ เตียสุวรรณ ผู้อำนวยกาการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
 2. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 8 คน ลูกจ้าง 2 คน คือ
 - 2.1 นางสาวรณช รินหาญ นักจัดการงานทั่วไป ชำนาญการ
 - 2.2 นางสาวนราธร เบญจพงศ์ เจ้าพนักงานธุรการ ชำนาญงาน
 - 2.3 นางสาวดวงใจ สาสีแก้ว เจ้าพนักงานธุรการ ชำนาญงาน
 - 2.4 นางสาวสุนีย์ รวิตตานนท์ เจ้าพนักงานธุรการ ชำนาญงาน
 - 2.5 นางดวงพร รัตนะ เจ้าพนักงานธุรการ ชำนาญงาน
 - 2.6 นางพจมาน รัตนสุนทร เจ้าพนักงานธุรการ ชำนาญงาน
 - 2.7 นางนวลพรรณ สุขสันต์รุ่งเรือง คนงาน
 - 2.8 นางสาวเรียง ทองทาบริตัน นักการภารโรง
 - 2.9 นางสาวเบญจมาศ พันทวี ลูกจ้าง
 - 2.10 นายมารุต สุตสิน ลูกจ้าง (พนักงานขับรถยนต์)
 3. กลุ่มบริโภคสัมพันธ์ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 2 คน คือ
 - 3.1 นางสาวทิพากร มีใจเย็น นักวิชาการอาหารและยา ชำนาญการพิเศษ
 - 3.2 นางสาวพาฝัน กิติเงิน เกสัชกร ปฏิบัติการ
 4. กลุ่มพัฒนาระบบ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 3 คน ลูกจ้าง 1 คน คือ
 - 4.1 นางศิริกุล อำพนธ์ เกสัชกร ชำนาญการพิเศษ
 - 4.2 นายวิชณุ โรจน์เรืองไร เกสัชกร ชำนาญการ
 - 4.3 นางสาวจุฬาลักษณ์ นิพนธ์แก้ว นักวิชาการอาหารและยา ชำนาญการ
 - 4.4 นางสาวณัฐรภา ไทยเรือง ลูกจ้าง
 5. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมกาการบริโภค 1 ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 2 คน ลูกจ้าง 1 คน คือ
 - 5.1 นายศุภกาญจน์ โภคัย เกสัชกร ชำนาญการพิเศษ
 - 5.2 นางสาวสุชาดา ถนอมชู เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ
 - 5.3 นางสาวรพันธุ์ แสนท้าว ลูกจ้าง
 6. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมกาการบริโภค 2 ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 2 คน ลูกจ้าง 1 คน คือ
 - 6.1 นางสินีนากู ไรจนประดิษฐ นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการพิเศษ
 - 6.2 นางสาวเสาวณีย์ เกตุบำรุงพร นักวิชาการอาหารและยา ชำนาญการ
 - 6.3 นางสาวอรรพรรณ พวงทอง ลูกจ้าง

7. **กลุ่มประชาสัมพันธ์** ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 6 คน ลูกจ้าง 5 คน คือ

7.1 นางผุสดี เวชชพิพัฒน์	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการพิเศษ
7.2 นายบุญทิพย์ คงทอง	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
7.3 นายวัชรินทร์ เครือเนียม	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
7.4 นางสาวนีย์ สุขแสนาน	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
7.5 นางสาวดนิตา เทียบโพธิ์	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
7.6 นางสาวพัชรวดี ศรีบุญเรือง	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ (ลาเรียน)
7.7 นางสาวนระรัตน์ แสนสุข	ลูกจ้าง
7.8 นางสาวธิมนันท์ กุหลาบเพชรทอง	ลูกจ้าง
7.9 นางสาวปภาณี ภัทรานนท์	ลูกจ้าง
7.10 นางสาวมิตา ธนธวัฒน์	ลูกจ้าง
7.11 นางสาวนันทิยา ถวายทรัพย์	ลูกจ้าง
7.12 นายทวชา เพชรบุญยัง	ลูกจ้าง

8. **กลุ่มเผยแพร่ความรู้** ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 3 คน ลูกจ้าง 3 คน คือ

8.1 นางสาวจิตรา เอื้อจิตรบำรุง	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
8.2 นางรวีวรรณ ทิมวัฒนา	นักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการ
8.3 นางสาวสุภมาศ วยอุดมวุฒิ	นักวิชาการเผยแพร่ ปฏิบัติการ
8.4 นางสาวปภัสสร ผลโพธิ์	ลูกจ้าง
8.5 นางสาวขวัญชนก พุ่มแพร	ลูกจ้าง
8.6 นางสาวสุxonันต์ เบิกบาน	ลูกจ้าง

ระยะเวลาการดำเนินงาน

ตุลาคม 2552 – กันยายน 2553

งบประมาณการดำเนินงาน

<u>งบดำเนินงาน</u> กอง พศ.	66,174,900.00
งบกลาง อย.	27,008,135.75
งบกองอื่น	<u>310,724.52</u>
รวมงบดำเนินงาน	93,493,760.27
<u>งบลงทุน</u>	<u>681,241.20</u>
รวมงบที่ใช้โดยกอง พศ.	<u>94,175,501.47</u>
งบดำเนินงานที่โอนให้ สสจ.	10,646,000.00
รวมงบที่ใช้โดย กอง พศ. และงบโอนให้ สสจ.	104,821,001.47

ส่วนที่ 2

แผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงาน

ประจำปีงบประมาณ 2553

หลักการและเหตุผล

จากสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อในการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับความรู้ที่ไม่เท่าทันผู้ประกอบการ และการแข่งขันกันทางการค้า ที่ผู้ประกอบการพยายามผลิตและพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและให้มียอดขายมากที่สุด โดยพยายามหาวิธีการต่าง ๆ มาใช้เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาสนใจในผลิตภัณฑ์ของตน เช่น โดยการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ บางครั้งหลอกลวงหรือโอ้อวดเกินจริง หรือการให้ข่าวสาร ข้อเท็จจริงเพียงด้านเดียว ทำให้ผู้บริโภคสับสนและเข้าใจผิด หรือการใช้วัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพเพื่อให้ราคาสินค้าถูก มีของแถม ของแถม เหล่านี้ล้วนมีส่วนส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการบริโภคทั้งสิ้น ซึ่งหากผู้บริโภคไม่มีความรู้เท่าทัน ทั้งยังไม่ทราบสิทธิของตนเองที่พึงจะกระทำได้เมื่อถูกละเมิดสิทธิ ย่อมทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สุขภาพ อันได้แก่ ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตรายที่ใช้ทางสาธารณสุข และวัตถุเสพติด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต หากผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมแล้ว อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงของการเกิดโรคเรื้อรังต่าง ๆ เช่น โรคเบาหวาน โรคเมะเร็ง โรคความดันโลหิตสูง เป็นต้น และอาจทำให้ผู้บริโภคต้องสูญเสียเงิน เสียเวลาและเสียโอกาสในการรักษา แต่หากผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ถูกต้องเหมาะสมแล้วย่อมทำให้มีสุขภาพดี แข็งแรง ลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาสุขภาพจากโรคเรื้อรัง นำไปสู่การคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความปลอดภัย ซึ่งนอกจากการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพมาตรฐานแล้ว การพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประโยชน์และปลอดภัยก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งด้วยข้อจำกัดทางด้านบุคลากรและงบประมาณ ทำให้สำนักงานฯไม่สามารถดำเนินการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ และไม่สามารถระงับภัยให้ผู้บริโภคได้ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องติดอาวุธทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ สามารถคุ้มครองตนเองและครอบครัวได้ และมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ ให้รับทราบและใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาเลือกซื้อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสมและปลอดภัย รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจากสำนักงาน ฯ ซึ่งจะก่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในการแจ้งข้อมูลหรือเบาะแสเมื่อพบผลิตภัณฑ์หรือโฆษณาที่น่าสงสัย ตลอดจนการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ถูกต้อง ตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกซื้อเลือกบริโภค และตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคโดยการร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม หรือได้รับอันตราย หรือเสียหายจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จึงได้ดำเนินงาน

ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ อย่างจริงจัง ทั้งด้านการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์เพื่อพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้บริโภครู้สิทธิผู้บริโภค
2. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัย
3. เพื่อให้ประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ
4. เพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจาก อย.

กลวิธี

1. เผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่
 - 1.1 สื่อโทรทัศน์ในรูปแบบรายการประจำ สารคดี สปอตโทรทัศน์
 - 1.2 สื่อวิทยุ ในรูปแบบรายการสารคดี สปอตวิทยุ
 - 1.3 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ คู่มือ ชุมนิทรรศการ จัดหมายข่าว เป็นต้น
 - 1.4 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ สายด่วน เป็นต้น
2. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกและทั่วไประหว่างปี เพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคอย่างปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นต่อ อย.ในฐานะองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน เช่น การแจ้งเบาะแส การร้องเรียน เป็นต้น โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่
 - 2.1 สื่อโทรทัศน์ ในรูปแบบสารคดีเชิงข่าว
 - 2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ จุลสาร ข่าวแจก เป็นต้น
 - 2.3 แอลงข่าว
3. จัดทำโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการ
 - 3.1 รณรงค์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือการ์ตูน คู่มือ เป็นต้น
 - 3.2 ปลุกฝังจิตสำนึกในกลุ่มเยาวชนของชาติโดยการสนับสนุนให้ทำกิจกรรมสุขภาพ
4. สร้าง สนับสนุนและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน เช่น เครือข่าย อย.น้อย เครือข่ายภาคประชาชน เครือข่ายศูนย์จัดการข้อร้องเรียนด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค (NGO) เครือข่ายบริการรับเรื่องร้องเรียน เครือข่ายภาคประชาชน เป็นต้น

ตัวชี้วัด/เป้าหมาย

ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ

1. ร้อยละ 84 ของผู้บริโภคมักรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง
2. ร้อยละ 82 ของผู้บริโภคมักรู้พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

1. จำนวนเรื่องที่มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค จำนวน 281 เรื่อง / 323 ครั้ง
2. จำนวนโครงการที่รณรงค์ให้ผู้บริโภคมักรู้พฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ จำนวน 4 โครงการ

งบประมาณ

66,174,900 บาท (หกสิบล้านหนึ่งแสนเจ็ดหมื่นสี่พันเก้าร้อยบาทถ้วน)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

กิจกรรม

(ตามตารางแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี 2553)

ส่วนที่ 3

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ 2553

ในปีงบประมาณ 2553 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้รับงบประมาณ 66.17 ล้านบาท ซึ่งได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในหลายโครงการและกิจกรรม ได้แก่ การเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค การผลิตสื่อให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ โครงการ ออ.น้อย โครงการอาหารปลอดภัย โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย สายด่วน ออ.1556 เว็บไซต์ oryor.com เป็นต้น ซึ่งโครงการทั้งหมดดังกล่าวดำเนินการสอดคล้องประสานกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

ในปี 2553 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ อย่างจริงจัง ทั้งด้านการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค โดยมีผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี 2553 ดังนี้

ผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

1) ถ่ายทอดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมุ่งให้ความรู้แก่ประชาชนผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ บทความ แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือ วีซีดี จดหมายข่าว รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ระบบ Audio text และระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง เป็นการติดต่อทางปัญญาให้กับผู้บริโภค ส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัย คุ่มค่า ซึ่งจากผลการวิจัยเรื่อง การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2553 พบว่า ร้อยละ 99.7 ของผู้บริโภครับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค

1. เผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชน

1.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์

- รายการ “สินเจริญชวนคิด กับ ออ.” ความยาว 1.30 นาที เผยแพร่ตั้งแต่เดือนมีนาคม – สิงหาคม 2553 ทางรายการหมึกแดงโชว์ ทางโมเดิร์นไนน์ทีวี ทุกวันอาทิตย์ เวลา 11.00-11.30 น. และทางรายการข่าวภาคค่ำ ทาง NBT ทุกวันพุธ เวลา 19.00-19.30 น. จำนวน 21 เรื่อง ออกอากาศ 40 ครั้ง ได้แก่
 1. ดื่มน้ำ...ให้ฉ่ำต้องมีเครื่องหมาย ออ.
 2. สวย..อย่างปลอดภัย (เครื่องสำอาง)
 3. อ้วนจะทำได้
 4. อร่อยเหาะ หน่อไม้ป้าย
 5. อย่าใช้น้ำมันทอดซ้ำ

6. ฉลาด อ่านฉลากอาหาร
7. ไอศกรีมแบบไหนอร่อยปลอดภัย
8. อย่าเชื่อ...เพราะผีบอก
9. ทำไมต้องอ่านฉลากโภชนาการ
10. กินผัก..ไม่มีพิษ
11. สารอันตราย..ในเครื่องสำอาง
12. ทำแดด ด้วยครีมกันแดดอย่าเชื่อ..เพราะผีบอก
13. จำชื่อสามัญของยาไว้..มีประโยชน์
14. ระวัง...นมหมดอายุ
15. อยากขาว...มีตัวช่วยจริงหรือ
16. อย่าใช้ยา...ปฏิชีวนะพร่ำเพรื่อ
17. บริษัทกำจัดแมลง ต้องเลือกให้ดี
18. ระวังผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร...อวดอ้างเกินจริง
19. ใส่คอนแทคเลนส์...อย่างปลอดภัย
20. เตียงนวดบำบัดโรค ดีจริงหรือถูกหลอก
21. รู้อิโหน่ อิเหน่ ตอน ลดอันตราย (อย. animation)

1.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ

- สารคดีวิทยุ ชุด “ข่าวด่วน อย.เพื่อสุขภาพ” ความยาว 1 นาที ออกอากาศทางสถานีวิทยุ ดังนี้
 - FM 100.5 MHz (อสมท.) ทุกวันจันทร์-พุธ เวลา 19.40 น.
 - FM 92.5 MHz (สวท.) ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 11.35 น.
 - FM 99.5 MHz (ร่วมด้วยช่วยกัน) ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 8.30 น.
 จำนวน 10 เรื่อง ได้แก่
 1. โรคอาหารเป็นพิษปนเปื้อนในน้ำดื่ม / น้ำแข็ง / ไอศกรีม
 2. เครื่องนวดกระตุ้นด้วยไฟฟ้า...เสียอาจมากกว่าได้
 3. การเก็บรักษานมพาสเจอร์ไรซ์
 4. อันตรายจากยาลดความอ้วน
 5. อันตรายจากสารสเตียรอยด์ในยาลูกกลอน
 6. อันตรายจากน้ำมันทอดซ้ำ
 7. ล้างผักและผลไม้ปลอดภัยไร้สารพิษ
 8. สุขภาพดีด้วยฉลากโภชนาการ
 9. สวยอันตราย
 10. ยาปฏิชีวนะ คุณอนันต์โทมสันต์
- สารคดีวิทยุ ชุด “สุขภาพดี ต้องบอกต่อกับ อย.” ความยาว 1.30 นาที จำนวน 20 เรื่อง ได้แก่
 1. เลือกน้ำ น้ำแข็งก่อนดื่ม
 2. ไอศกรีม อร่อย ปลอดภัย

3. ไม่ต้องพึ่งยาลดความอ้วน
4. สเตียรอยด์ อันตราย
5. ดูแลาก่อนใช้เครื่องสำอาง
6. ฉลากอาหารบอกอะไร
7. ประโยชน์ของฉลากโภชนาการ
8. ไม่ใช้น้ำมันทอดซ้ำ
9. หน่อไม้ต้องต้มก่อน
10. เลือก และล้างผักให้สะอาด ปลอดภัยกับสุขภาพ
11. จำชื่อสามัญของยาไว้...มีประโยชน์
12. สารอันตราย...ในเครื่องสำอาง
13. ท้าแดด ด้วยครีมกันแดด
14. ใส่คอนแทคเลนส์...อย่างปลอดภัย
15. เตียนวดบำบัดโรค ดีจริงหรือถูกหลอก
16. ระวัง ! นมหมดอายุ
17. บริษัทกำจัดแมลง ต้องเลือกให้ดี
18. อยากขาว มีตัวช่วยจริงหรือ
19. ระวังผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร...อวดอ้างเกินจริง
20. อย่าใช้ยาปฏิชีวนะพร่ำเพรื่อ

1.3 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์

- คอลัมน์ “อย.Academy ตามหาคนสุขภาพดี” เผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์ มติชน หน้าบันเทิง (วันจันทร์) และข่าวสด หน้าบันเทิง (วันอังคาร) ขนาด 12x5 คอลัมน์นี้ข่าวดำ จำนวน 20 เรื่อง เผยแพร่ 40 ครั้ง ได้แก่



1. การกิน รู้ทันภัยสเตียรอยด์
2. การกิน ฟิตหุ่น ภาค 1 (ยาลดความอ้วน)
3. การกิน ฟิตหุ่น ภาค 2 (ยาลดความอ้วน)
4. การกิน เลือกอย่างฉลาด ต้องอ่านฉลาก
5. การกิน ฉลากโภชนาการอ่านให้เป็น
6. การกิน รู้ทันไอศกรีมตกขาย ไม่สะอาด
7. การกิน น้ำแข็งกินห้ามแช่ ถ้าแช่ห้ามกิน
8. การกิน ลดกลิ่นอับ

9. การกิน เก็บนม (พาสเจอร์ไรซ์) ไม่ให้บูด
10. การกิน เลือกคอนแทคเลนส์ คู่แรก
11. การกิน รู้ทันอันตรายจากการใช้คอนแทคเลนส์
12. การกิน เลือกซื้อหน่อไม้ปืบให้ร่อย
13. การกิน บริโภคหน่อไม้ปืบอย่างปลอดภัย
14. การกิน การใช้บริการกำจัดแมลง
15. การกิน ซื้อส้มเขียวหวานไฟฟ้า
16. การกิน ครีมหน้าขาว ไม่ช่วยให้ขาว
17. การกิน รู้ทันโฆษณา กลูตาไธโอน
18. การกิน ยาพารา อย่าใช้เกินขนาด
19. การกิน ซื้อให้ปลอดภัย ไม่ชู่แค่ อย.
20. การกิน เครื่องสำอางไม่มี อย.

2. เผยแพร่ความรู้ผ่านสื่ออื่น

1.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสายด่วน อย. 1556 เป็นบริการให้ความรู้ผ่าน การสื่อสารระบบ Audio text หรือระบบบริการข้อมูลอัตโนมัติด้วยเสียง โทรศัพท์ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งในปีงบประมาณ 2553 ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. ดำเนินการจัดจ้าง / ดูแล / พัฒนาระบบ จำนวน 1 ระบบ
2. ผลิตและเผยแพร่เมนูรอบรู้ทันเหตุการณ์ จำนวน 43 เรื่อง ได้แก่
 - ทันเหตุการณ์ด้านยา
 1. อย.จับมือ DSI ทลายรังไวอากร้าปลอม ย่านบางรัก มูลค่ากว่า 25 ล้านบาท
 2. ยาแอสไพรินยังมีขายตามร้านขายยาทั่วไป อย.ไม่ได้ห้ามขาย
 3. ข่าวดีที่รอคอย วัคซีนไขหวัดใหญ่ 2009 พร้อมฉีด 11 ม.ค.นี้
 4. ระวังโฆษณาสมุนไพร "จิวเจิ้งปูเซินเจียวหนิง" โอ้อวดเกินจริง
 5. ลงดาบเครื่องสำอางโคเซียม อวดอ้างสรรพคุณทางยา เบิกถอนใบรับแจ้งทันที
 6. เชื่อดีกแล้ว โฆษณาลวงโลก อ้างรักษาเบาหวาน มะเร็ง หัวใจ
 7. โผล่อีกแล้ว โฆษณายาหลอกลวงผู้บริโภคน ยาตายสิบปี ดีเหมือนเดิม พลังซังสาร ขูดรากถอนโคน โอ้อวดรักษาสารพัดโรค
 8. ทลายโรงงานยาแผนปัจจุบันรายใหญ่ ลักลอบผลิตยาปลอม
 - ทันเหตุการณ์ด้านอาหาร
 9. กินเมนูไข้อย่างไรให้ปลอดภัย
 10. ระวัง !! อาหารกระป๋อง บ.ทองกึ่งแก้วฟู๊ดส์ และ หจก.ไทย เอติฟู๊ดส์เทรดดิ้ง ห้ามซื้อมารับประทาน
 11. เชื้อได้หรือ...กาแฟลดความอ้วน ??
 12. ระวัง !! ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปลอมขายเกลื่อน ดูให้ตีก่อนซื้อ
 13. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 6 รายการ สุดอันตรายลึกลอบใส่บุหรามีน

14. เคล็ดลับสูตรเสน่ห์หาปลาไร้ปลอดภัย
15. ความคืบหน้ากรณีลูกขึ้นปลาเรืองแสง
16. พิจารณาให้ดีกว่าซื้อเครื่องต้มรังนก ระวังของปลอม
17. พิสูจน์แล้ว ลูกอมนมโต หลอกหลวงผู้บริโภค ไม่ได้ช่วยให้อัม
18. ประกาศผลตรวจพิสูจน์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบไซบูทรามิน
19. เพิ่มเติมรายชื่อพืชผลิตชาสมุนไพรแบบผงอีก 3 ชนิด
20. พบอีกโฆษณาหลวงโลก "หมอมวลชน" อ้างรักษาสารพัด
21. อย่าหลงเชื่อคำโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กาแฟขี้ไก่อัดลด
ความอ้วนสุดอันตรายการพิจารณาณาก่อนซื้อ
22. เชือดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารออร์จิน ลักลอบใส่ยาลดความอ้วน
23. อย.รุกหนักเดินหน้ากำจัดลูกขึ้นปลาเรืองแสง พร้อมแนะวิธีกินให้
ปลอดภัย
24. อย.เตือน พิจารณาให้ดี โฆษณาสารอาหาร ทำให้ฉลาด เสี่ยงได้รับ
สารบางอย่างเกินขนาด
25. สั่งระงับแล้ว โฆษณา คาราบาวแดง ไม่ขออนุญาต อย.อ้างมีวิตามิน
บี 12 ช่วยบำรุงสมอง
- ทันเหตุการณ์ด้านเครื่องสำอาง
 26. โฟล่ออีกแล้ว เครื่องสำอางห้ามใช้อีก 18 รายการ ย้ำอย่าซื้อ
มาใช้เด็ดขาด
 27. รักษาสิ่วไม่ใช่เรื่องประตั่ว ซื้อมารับประทานเองอันตราย
 28. อย.เผย พบอีก 14 รายการ เครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้
อันตราย! ใช้แล้วหน้าพัง
 29. เปลี่ยนสีผมอย่างไร ให้ปลอดภัย
 30. จับอีกแล้วสถานเสริมความงามหลอกหลวงประชาชน
 31. กลูตาไรโอน ทำให้ขาวได้หรือยัง
 32. อย.ลุยขอนแก่น ทลายโกดังเก็บเครื่องสำอางผิดกฎหมาย
รายใหญ่ พบ! เครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้เพียบ
 33. รวบ 2 แหล่งผลิตเครื่องสำอางผิดกฎหมายย่านพระราม 3
และสุขุมวิท ยึดของกลางมูลค่ากว่า 10 ล้านบาท
- ทันเหตุการณ์ด้านเครื่องมือแพทย์
 34. เหยี่ยวควอนตัม
 35. เตียงนวดอินฟาเรดไม่ใช่เตียงเทวดา อย่าหลงเชื่อคำโฆษณา
หลอกหลวง
 36. แก้วไฟฟ้าสถิต เตียงนวดไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้ากระแสดตรง
แช่เท้า ต้องพิสูจน์ความปลอดภัยก่อนได้รับอนุญาตจดแจ้ง
- ทันเหตุการณ์ด้านวัตถุอันตราย
 37. กำจัดปลวกอย่างปลอดภัยต้องมีใบอนุญาต

38. บริษัทกำจัดปลวกด้วยสมุนไพร ต้องมีใบอนุญาตจาก อย.ฝ่า
ฝืนโทษหนักถึงคุก
39. ฉลากสำคัญ อ่านให้รอบครอบ ก่อนเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัตถุ
อันตราย
 - ทันเหตุการณ์ด้านวัตถุเสพติด
 - 40. ยาพามาตอล...ใช้ไม่ระวังอันตรายถึงตาย
 - 41. ไม่ฉลองวันแห่งความรักให้ปลอดภัยจากการถูกมอมยา
 - ข้าว อย.
 - 42. ทลายแหล่งลักลอบผลิตและจัดส่งผลิตภัณฑ์สุขภาพผิด
กฎหมาย พร้อมแยกกรณีหญิงสาวซื้ออาหารเสริมทางเน็ต
หวังลดอ้วน
 - 43. กวาดล้างแหล่งกระจายผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย
โฆษณาไม่เกินจริง ซื้อผ่าน call center
3. ผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 8 เรื่อง ได้แก่
 - 3.1 อย.จับมือตำรวจบุกโรงงานอาหารเถื่อน ส่งท้ายปลายปี
 - 3.2 อย.บุกตลาดไท ตรวจหาสารฆ่าแมลงในปลาร้า
 - 3.3 ตะลุยตรวจน้ำหมักชีวภาพ "ป่าแข็ง" อดอ้างสรรพคุณรักษาโรค
ครอบจักรวาล
 - 3.4 ปฏิบัติการเข้ม ตรวจจับผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย
 - 3.5 อย.เฉียบ ทลายแหล่งอาหารเถื่อนรายใหญ่ มูลค่ากว่า 9 ล้านบาท
 - 3.6 บุกจับบริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร "อินทรา" อดอ้างรักษาโรค
 - 3.7 ทลายแหล่งลักลอบผลิตและจัดส่งผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย พร้อม
แยกกรณีหญิงสาวซื้ออาหารเสริมทางเน็ตหวังลดอ้วน
 - 3.8 กวาดล้างแหล่งกระจายผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายโฆษณาไม่เกินจริง
ซื้อผ่าน call center
4. ปรับปรุงเนื้อหาสาระน่ารู้ใหม่ จำนวน 5 เรื่อง
5. ประชาสัมพันธ์การใช้สายด่วน อย. 1556 จำนวน 40 ครั้ง
6. ยอดผู้ใช้บริการ สายด่วน อย.1556 จำนวน 228,035 สาย
7. แนะนำเนื้อหาเด่น ข่าวเด่น จำนวน 43 เรื่อง ได้แก่
 - 7.1 แนะนำข่าว อย.จับมือตำรวจบุกทลายจับเครื่องสำอางและ
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปลอม
 - 7.2 แนะนำ ระวัง!! อาหารกระป๋อง บ.ทองกิงแก้วฟูดส์
 - 7.3 แนะนำ อย.ย้ำชัดยังไม่พบไข่ปลอมในประเทศพร้อมแนะนำ
เลือกซื้อไข่ไก่อย่างไรให้ปลอดภัย
 - 7.4 เมนูทันเหตุการณ์ด้านอาหาร กาแฟลดความอ้วน
 - 7.5 ข้าว อย.ลูกอมโอ๊วตเพิ่มอิม
 - 7.6 ทันเหตุการณ์ด้านเครื่องสำอาง..เครื่องสำอางอันตราย 18 รายการ
 - 7.7 ยาพามาตอล

- 7.8 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปลอม
- 7.9 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใส่บูทรามิน
- 7.10 ปลาแร่ ปลาดิบ ปลาแห้ง ปนเปื้อนสารฆ่าแมลง
- 7.11 แนะนำ เคล็ดลับเปลี่ยนสีผมอย่างปลอดภัย
- 7.12 แนะนำเครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้ 14 รายการ
- 7.13 น้ำหมักชีวภาพป่าเข็ง
- 7.14 วัคซีนไขหวัดใหญ่ 2009
- 7.15 สถานเสริมความงามร้อยมาลีปลอดภัย
- 7.16 เหยี่ยวควอนตัม
- 7.17 ลูกชิ้นปลาเรืองแสง
- 7.18 ยานอนหลับ
- 7.19 รังนกปลอม
- 7.20 กลูตาไธโอน
- 7.21 ผลพิสูจน์ลูกอมนมโตออกแล้ว ช่วยให้อ้วนหรือไม่
- 7.22 อย.เฉียบระงับโฆษณา "จิวเจิ้งปูเซินเจียวหนิง" โอ้ววดเกินจริง
- 7.23 ทลายแหล่งอาหารเถื่อนรายใหญ่ ของผิดกฎหมายเพียบ มูลค่ากว่า 9 ล้านบาท
- 7.24 ประกาศเพิ่มเติมรายชื่อเครื่องสำอางอันตรายอีก 26 รายการใช้แล้วอาจหน้าพัง
- 7.25 อย.เอาจริงเชือดอีกแล้วโฆษณาหลวงโลก อ้างรักษาเบาหวาน มะเร็ง หัวใจ
- 7.26 บุกจับบริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร "อินทรา" อวดอ้างรักษาโรคร้ายแรงทางวิทยุชุมชน
- 7.27 กวาดล้างแหล่งกระจายผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายไม่เกินจริง สดสะดวกผ่าน call center
- 7.28 ทลายแหล่งลักลอบผลิตและจัดส่งผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย พร้อมเผยแพร่หญิงสาวเสียชีวิต หลังซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางเน็ต
- 7.29 ถ้าไม่อยากเป็นเหยื่อกาแฟโอ้ววดลดอ้วน
- 7.30 อย.รับรองจริงหรือ..เตียงนวดอินฟราเรด สรรพคุณเลิศเลอ รักษาโรค
- 7.31 เนื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารออริจิน ลักลอบใส่ยาลดอ้วนไซบูทรามิน สุดอันตราย
- 7.32 แนะนำโฆษณาหาลอกลงผู้บริโภค
- 7.33 แนะนำข่าวทลายโรงงานยารายใหญ่
- 7.34 แนะนำข่าวทลายโกดังเครื่องสำอางผิดกฎหมายที่ขอนแก่น
- 7.35 แนะนำข่าวโฆษณาโอ้ววดทางเคเบิลทีวี
- 7.36 แนะนำข่าวน้ำมันคุ้มครองรักษาโรค
- 7.37 แนะนำข่าวลูกชิ้นปลาเรืองแสง
- 7.38 แนะนำข่าวทลายแหล่งเครื่องสำอางย่านพระราม 3 และสุขุมวิท
- 7.39 แนะนำเมนูทันเหตุการณ์ด้านเครื่องมือแพทย์

- 7.40 แนะนำเมนูทันเหตุการณ์ด้านวัตถุอันตราย
- 7.41 อย.เตือน พิจารณาให้ดี โฆษณาสารอาหาร ทำให้ฉลาด เสี่ยงได้รับสารบางอย่างเกินขนาด
- 7.42 สั่งระงับแล้ว โฆษณา คาราบาวแดง ไม่ขออนุญาต อย.อ้างมีวิตามินบี 12 ช่วยบำรุงสมอง
- 7.43 ฉลากสำคัญ อ่านให้รอบครอบ ก่อนเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัตถุอันตราย

2.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ www.oryor.com



เป็นช่องทางที่มีการนำเสนอข้อมูล ในรูปแบบการ์ตูนที่ทันสมัย สีสันสดใส และสอดใส่ ความสนุกสนาน เพื่อให้เหมาะสมกับเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้ บริการ นอกจากนั้น www.oryor.com เป็นเว็บไซต์ที่เปรียบเสมือนคลังข้อมูลขนาดใหญ่ ที่เก็บสื่อมีเดียหลากหลายรูปแบบของ อย. ที่ได้เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ทั้งใน อดีตและปัจจุบัน โดยมีการจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบและหมวดหมู่ ง่ายต่อการค้นหา รวม 12 เมนู เช่น อย.แอนิเมชั่น อย.เกมโซน อย.เฉียดเตอร์ อย.สเตชั่น อย.การ์ตูน เป็นต้น ซึ่งในปีงบประมาณ 2553 ได้มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ดังกล่าวโดยการนำความรู้ผ่านเมนูต่าง ๆ รวม 72 เรื่อง ดังนี้

1. **เมนู อย. Animation** การ์ตูนแอนิเมชั่นสีสันสดใส สนุกสนานจำนวน 1 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง รู้อิโหน่ อิเหน่ ตอน ลอดอันตราย (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร)
2. **เมนู อย. GameZone** โซนสนุกสนานที่ให้ความรู้ผ่านเกมใหม่ ๆ จำนวน - เรื่อง
3. **เมนู อย.Theater** เป็นการนำสปอตโทรทัศน์ และสารคดีโทรทัศน์ ที่ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสถานีโทรทัศน์มานำเสนอ จำนวน 13 เรื่อง

4. เมนู อย.Station เป็นการนำเสนอวิทยุ สารคดีวิทยุ และเพลง อย. ที่ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสถานีวิทยุมาแนะนำเสนอ จำนวน 10 เรื่อง
5. เมนู อย.Print Media เป็นการนำเสนอคอลัมน์การ์ตูนที่ผลิตและเผยแพร่ในสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ e-book จำนวน 18 เรื่อง
6. เมนู อย.INFO รวบรวมงานวิชาการ ได้แก่ บทสารคดีวิทยุ บทสารคดีโทรทัศน์ จำนวน 15 เรื่อง
7. เมนู ORYOR Report ได้รวบรวมข่าวสารประเด็นร้อนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ หรือผลงานต่างๆ ของ อย. โดยผ่านรูปแบบการนำเสนอเป็น ภาพยนตร์ หรือภาพนิ่ง และยังสามารถดาวน์โหลดข้อมูลหรือสาระความรู้เพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องไปใช้ได้อีกด้วย จำนวน 49 เรื่อง ได้แก่
 1. อย.จับมือตำรวจหลายจังหวัดเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปลอม
 2. อย.ยังไม่พบไซโกปลอมในประเทศ พบเพียงไซโกเก่า ขอให้ผู้บริโภคอย่าตื่นตระหนก พร้อมแนะวิธีการเลือกซื้อไซโกสด
 3. อย.รुकเสริมความมั่นใจ เทศกาลกินเจ อาหารปลอดภัย
 4. พาราเซตามอลยาแก้ปวด อย.เตรียมหาแนวทางใช้อย่างเหมาะสม
 5. โกหกทั้งเพ กาแฟโฆษณาอวดอ้างลดความอ้วนได้
 6. พบเพิ่มอีก...เครื่องสำอางอันตราย 18 รายการ ตัวการหน้าพัง
 7. ยาตามาดอล มีผลข้างเคียงอันตราย ใช้เมื่อจำเป็น
 8. พบ..ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปลอม 7 รายการ เสี่ยง! อันตรายอย่าหลงเชื่อ
 9. ยาแอสไพรินห้ามใช้ลดไข้ในเด็ก เสี่ยง อันตรายถึงชีวิต
 10. 4x4x4x4 มาตรการป้องกันไข้หวัดใหญ่ 2009 ในหนาวนี้
 11. อันตราย ! พบ "ไซบูทรามิน" ยาควบคุมพิเศษในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
 12. อย.บุกตลาดไท ตรวจสอบสารฆ่าแมลงในปลาร้า
 13. ไหมทองคำ..นวัตกรรมใหม่สร้างความสวยหรือเพิ่มความเสี่ยง
 14. ผลิตภัณฑ์ย้อมผม เครื่องสำอางอันตราย...ป้องกันหากใช้อย่างระวัง
 15. อย.เอาจริงทำลายแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเถื่อนรายใหญ่
 16. พบอีก 14 ตัวการทำลายหน้าพัง อันตราย เครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้
 17. อันตราย ! น้ำหมัก "ป่าแข็ง" พบเชื้อแบคทีเรีย
 18. อย.เร่งกวาดล้างเครื่องสำอางปลอม
 19. อย่าหลงเชื่อ กลูตาไธโอน อ่างผิวนิวไฮ อันตรายกว่าที่คิด
 20. อย.เฝ้าระวังจำหน่ายยาแก้ไอ หวั่นระบาดใช้ในทางที่ผิด
 21. ระวัง ! บริษัทกำจัดปลวก เลือกให้ดีต้องมีใบอนุญาต
 22. ค้นหาความจริง "ลูกชิ้นเรืองแสง"
 23. อย.ระงับโฆษณาสมุนไพร "จิวเจิ้งปูเซินเจียวหนิง"
 24. อย.เตือนอย่าหลงเชื่อ "อาหารเสริมเพิ่มทรวงอก"

25. โพล์อีก แหล่งผลิตอาหารเถื่อนทำ อย.ปลอม อีกภัยหนึ่งที่ผู้บริโภคพึงระวัง
26. อย.ประกาศพบ "ไซยาบูทามีน" ในอาหาร เตือน...อย่าซื้อกิน
27. อย.ส่งถอนทะเบียนยา "คลอร์ซ็อกซาโซน" เหตุพบยาไร้ประสิทธิภาพ
28. อย.ถอนผลิตภัณฑ์โคเซียม จดแจ้งเป็นเครื่องสำอางแต่โฆษณาอ้างรักษาโรค
29. พบเพิ่มอีก...เครื่องสำอางอันตราย 26 รายการ ตัวการหน้าพัง
30. จับบริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร "อินทรา" โฆษณาอวดอ้างรักษาโรคร้ายแรง
31. พาราเซตามอล..ยาแก้ปวดอันตรายหากใช้ไม่ถูกวิธี
32. อย.เอาจริงสั่งฟันผลิตภัณฑ์โฆษณาเกินจริง
33. อย.จับมือตำรวจ รวบแหล่งขายผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย Call Center 1577
34. โฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารหมอมวลชนเข้าข่ายโฆษณาโอ้อวดเกินจริง อย. สั่งระงับแล้ว
35. รวบอีกราย...แหล่งผลิตและค้าส่งผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย พร้อมเผยแพร่หญิงสาวเสียชีวิต หลังกินยาลดความอ้วน
36. ระวัง !!! กาแฟ ชี้นำลดความอ้วน ลักลอบใส่ยา สุดอันตราย
37. 5 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ดื้อแพ่ง ไม่หยุดโฆษณาโอ้อวดสรรพคุณ รักษาโรคผ่านเคเบิลทีวี เตรียมมาตรการเพิ่มโทษ ปรับซ้ำ หากยังไม่หยุด อาจถึงขั้นเพิกถอนทะเบียน
38. เครื่องสำอาง ไม่ต้องมีเครื่องหมาย อย. ...ซื้อให้มันใจ คุณลากภาษาไทย
39. อย่าหลงเชื่อโฆษณาเตียงนวดเทวดา...ตรวจสอบสรรพคุณบนฉลากเท่านั้น
40. อย.บุกจับ แหล่งกระจายยาแผนโบราณ โอ้อวดสรรพคุณเกินจริง ย่านท่าเตียน
41. พบผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอริจินปนยาลดอ้วน... อย.บุกจับสั่งดำเนินคดี
42. พบ!!! มุลนิธิเพื่อคุณธรรม...โฆษณาเกินจริง
43. ตัดวงจรมืด ทลายโรงงานผลิตยาปลอม ย่านลาดพร้าว รวบของกลาง 10 ล้านบาท
44. อย.ทลายโกดังเก็บเครื่องสำอางผิดกฎหมายรายใหญ่ พบเครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้กว่า 5 ล้านบาท
45. บริโภคถูกขึ้นอย่างปลอดภัย คุณลากก่อนซื้อ ปรงให้สุกก่อนกิน
46. อย.ทลายแหล่งผลิตเครื่องสำอางใส่สเตมเซลล์ พร้อมบุกแหล่งผลิตเครื่องสำอางใส่สารอันตราย ขายผ่านอินเทอร์เน็ต
47. แก้วไฟฟ้าสถิต เตียงนวดไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้ากระแสตรงแช่เท้า ต้องพิสูจน์ความปลอดภัยก่อนได้รับอนุญาตจดแจ้ง

48. บริษัทกำจัดปลวกด้วยสมุนไพร ต้องมีใบอนุญาตจาก อย. ฝ่าฝืนโทษหนักถึงคุก
49. ระบุโฆษณา "คาราบาวแดง" อ้างสรรพคุณปี 12 บำรุงสมอง
8. **เมนู ORYOR Fact Sheet** ข้อมูลสุขภาพจาก อย. โดยมีเนื้อหาวิชาการที่อ่านง่าย สีสันสะดุดตา จำนวน 18 เรื่อง
1. น้ำมันทอดซ้ำ ภัยที่ป้องกันได้
 2. เคล็ดไม่ลับ เลือกไข่ไก่ให้ได้คุณภาพ
 3. ยาพาราเซตามอลใช้ถูกวิธีชีวิปลอดภัย
 4. ข้อมูลด้านวิชาการของกวางเครือ
 5. กาแฟลดความอ้วนเชื่อได้จริงหรือ
 6. ครอบรู้ปลอดภัยกับยาปฏิชีวนะ
 7. ชุดชั้นในอวดอ้างลดความอ้วนและรักษาโรคได้
 8. ไหมทองคำ
 9. ยากินกรดวิตามินเอ รักษาสิวได้ แต่ต้องระวัง
 10. คำแนะนำกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง "ใช้ขวดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ (เอช 1 เอ็น 1) 2009
 11. เลือดจะแข็งนิดแคปซูลสรรพคุณที่รอการพิสูจน์
 12. ผลิตภัณฑ์ย้อมผม..เคล็ดลับความสวยที่แฝงอันตราย
 13. อันตรายที่เกิดจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางการเกษตร
 14. คิดให้ดีกว่าใช้กลูตาไธโอน
 15. รู้ทันผลิตภัณฑ์สุขภาพอ้างเครื่องหมาย อย.รับรองสรรพคุณโอ้อวดเกินจริง
 16. ฉลาก...ตัวช่วยสำคัญ รู้ทันเครื่องมือแพทย์โฆษณาเกินจริง
 17. ฉลากอาหาร บอกอะไรได้มากกว่าที่คิด
 18. เลือกเครื่องสำอางอย่างไร...ให้ปลอดภัยจากสารห้ามใช้
9. Oryor Smarter Choice (E-Learning) จำนวน 4 เรื่อง
- * เจ้าของสตงแมนกับปฏิบัติการลดความอ้วนอย่างปลอดภัย (4 ตอน)
1. ยักษ์ที่ว่าอันตราย ยังพ่าย “โรคอ้วน”
 2. เจ้าชายออกกวาดล้าง “ผลิตภัณฑ์อวดอ้างลดน้ำหนัก”
 3. ประกาศจากเจ้าชาย “ห้ามใช้ ยาลดความอ้วน”
 4. สาส์นจากเจ้าชาย “วิธีควบคุมน้ำหนักที่ถูกต้อง”



2.3 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านจุลสาร จดหมายข่าว และคู่มือ

1. ผลิตและเผยแพร่จดหมายข่าว "อย. Report" เดือนละ 31,250 เล่ม
เผยแพร่ไปยังสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ โรงเรียน อย.
น้อย ร้านขายยาทั่วประเทศ สำนักอนามัย สำนักงานเขต และผู้สนใจ
ทั่วไป



2. ผลิตและเผยแพร่คู่มือ เรื่อง “อสม.ห่วงใย เตือนภัยผู้บริโภคร” (ภาษายาวี)
จำนวน 15,000 เล่ม
3. ผลิตและเผยแพร่คู่มือ เรื่อง “เบาหวาน...รู้แล้วอย่าเป็น เป็นแล้วต้องรู้”
จำนวน 10,000 เล่ม
4. ผลิตและเผยแพร่คู่มือ เรื่อง “ยา...สารพันคุณค่า เมื่อใช้ถูกต้อง” จำนวน
200,000 เล่ม



2.4 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านชุดนิทรรศการ

1. ผลิตนิทรรศการเพื่อแสดง ณ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
และหน่วยงานอื่นที่ขอสนับสนุน จำนวน 80 ชิ้น ติดตั้งและจัดแสดง
นิทรรศการ จำนวน 35 ครั้ง
2. ผลิตและเผยแพร่ชุดนิทรรศการ เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ
จำนวน 2,700 ชุด ๆ ละ 15 แผ่น จัดส่ง สสจ.ทั่วประเทศ

2.5 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่นพับ จำนวน 3 เรื่อง

1. เรื่อง จำเป็นหรือไม่ที่ต้องใช้ยาปฏิชีวนะทุกครั้งที่มีน้ำมูก ไอ หรือเจ็บคอ จำนวน 150,000 แผ่น จัดส่ง สสจ.ทั่วประเทศ
2. เรื่อง ยาแก้ปวด ยาธรรมดาที่ไม่ธรรมดา จำนวน 200,000 แผ่น จัดส่ง สสจ.ทั่วประเทศ
3. เรื่อง อสม.พลังยิ่งใหญ่...คนไทยปลอดภัยบริโศก จำนวน 1,000,000 แผ่น



สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย

1. **ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน** เพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชนในประเด็นสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ ในการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน ซึ่งในปีงบประมาณ 2553 ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1.1 ผลิตและเผยแพร่สื่อบูชาว/ข้อมูลเร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์

- เผยแพร่สารคดีโทรทัศน์ 2 นาที ในรายการด้วยลำแข้ง ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ช่วงช่วงภาคค่ำ เวลา 17.00-18.00 น. จำนวน 7 เรื่อง ได้แก่
 1. ยาเทวดา...กินปุ๊บหายปั๊บ..นับเป็นยาอันตราย
 2. กาแฟลดอ้วน...สวยอันตราย
 3. อยากสวยหน้าใส...อันตรายที่ไม่คุ้มค่าเสี่ยง
 4. แก้วไฟฟ้า..โฆษณาเกินจริง
 5. อ่านฉลากให้เป็น...แล้วจะเห็นประโยชน์
 6. แอปฟลาทอกซิน...อันตรายไม่รู้ตัว
 7. ยาปลอม..ย้อมแมว

- **ผลิตและเผยแพร่สารคดีโทรทัศน์ ในรายการเที่ยงวันทันเหตุการณ์ ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 จำนวน 7 เรื่อง ได้แก่**
 1. สกู๊ปแถลงข่าว "จรินทร์ สั่ง อัย.ลุยร่วมกับ บก.ปคบ.ทลายแหล่งผลิตเครื่องสำอางรายใหญ่มูลค่ากว่า 9 ล้านบาท
 2. ยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องสำอาง 3 พ.ค.53
 3. อย่าเชื่อโฆษณาเกินจริงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอินทรา
 4. วิทยุชุมชนกับการโฆษณาหลอกลวง
 5. ทลายวงจรผลิตน้ำปลาปลอม ย่านสิงห์บุรี
 6. อัย.ย้ายห้างสรรพสินค้าเตือนร้านค้าในห้าง จำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้มาตรฐาน
 7. ตรวจผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ด่านอาหารและยา จังหวัดสระแก้ว
- **ผลิตและเผยแพร่สารคดีโทรทัศน์ ในรายการเด็ดดังหลังข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ NBT จำนวน 1 เรื่อง ได้แก่**
 1. ผู้บริโภคยุคดิจิทัล ไกล่เพียงปลายนิ้ว
- **ผลิตและเผยแพร่สกู๊ปโทรทัศน์ ในรายการเก็บตก ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 จำนวน 1 เรื่อง ได้แก่**
 1. เยี่ยมชมโรงเรียนชุมชนบ้านใหม่หนองไทร (อ.น้อย)
- **ผลิตและเผยแพร่รายการสนทนาทางโทรทัศน์ ในรายการคุยข่าว 10 โมง ช่อง 5 จำนวน 1 เรื่อง ได้แก่**
 1. อัย. Quality Award 2553

1.2 ผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์



- **เผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์มติชน เดลินิวส์ คมชัดลึก ข่าวสด สยามรัฐ และโพสต์ทูเดย์ จำนวน 18 เรื่อง รวม 72 ครั้ง ได้แก่**
 1. ร่วมกัน...ฝ่าระว่างผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ปลอดภัย อัย.ใส่ใจดูแล
 2. สวยอย่างธรรมชาติ ไม่ตกเป็นเหยื่อโฆษณาหลวงทางอินเทอร์เน็ต

3. กว่า 35 ปีที่ อย.อยู่เคียงข้างคนไทยคุ้มครองความปลอดภัยจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ
4. แอสไพริน ยาธรรมดาที่ไม่ธรรมดา ต้องเข้าใจก่อนบริโภค
5. ย้ำชัด ๆ ร้านขายยาแผนปัจจุบันจะซื้อจะขายยาต้องมีเภสัชกรอยู่ประจำตลอดเวลา
6. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างลดอ้วนทางลัดอันตรายที่คนอยากผอมต้องระวังขออย่าหลงเชื่อง่าย
7. เคล็ดลับ...ที่ไม่ลับ ของการเลือกซื้ออาหารให้เจ้าช่วงตรุษจีน
8. ถึงจะดื่มน้ำได้ ไม่ต้องพึ่งตัวช่วยขอผิวสวยแบบธรรมชาติ
9. รู้ ระวัง ซื้อลูกชิ้นปลา ต้องมีฉลากกำกับ
10. คลายร้อนอย่างปลอดภัย เลือกบริโภคน้ำดื่ม น้ำแข็ง และไอศกรีม คุณภาพผ่านการขออนุญาต จาก อย.
11. เปิดฉากประกวด อย.Quality Award ประจำปี 2553 เพื่อส่งเสริมจริยธรรมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ
12. นมโรงเรียนปลอดภัย อย.ใส่ใจดูแล
13. บริโภคอย่างฉลาด ต้องอ่านฉลาก
14. อย.น้อย...ปฏิบัติการจิ๋ว สร้างความปลอดภัยการบริโภค
15. อย่าเชื่อแก้อีไฟฟ้าสถิตชี้ไม้ อวดอ้างรักษาโรค
16. กาแฟลดความอ้วน? อาหารยอดนิยมที่คนอยากผอมต้องระวัง!
17. อย.ควอลิตี้ อวอร์ด
18. ผู้บริโภคมั่นใจ อย.ใส่ใจดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ ยกย่องสถานประกอบการที่ดำเนินการดีมีคุณธรรมด้วยรางวัล อย.Quality Award

2. ประชาสัมพันธ์ทั่วไป

2.1 ตรวจและวิเคราะห์ข่าว จำนวน 13,818 เรื่อง

2.2 แถลงข่าว จำนวน 34 เรื่อง ได้แก่

1. อย.ร่วมกับ บก.ปคบ.ทลายแหล่งจำหน่ายเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปลอมเปิดขายผ่านเว็บไซต์ โฆษณาเวอร์ โมลค่ากว่าครึ่งล้านบาท
2. อย.ร่วมกับ ดีเอสไอ จับผู้ลักลอบขายยาไวอากร้าปลอม พร้อมยาไม่ได้มาตรฐานหลายรายการ ยานบางรัก มูลค่ากว่า 25 ล้านบาท ยึดดำเนินคดีทันที ปองผู้บริโภคมิให้ได้รับอันตราย
3. อย.พร้อมรณโมบาย ปฏิบัติการตรวจสอบปนเปื้อนในอาหาร ย่านเยาวราช และสามย่าน สร้างความมั่นใจผู้บริโภคอาหารเจ
4. อย.ร่วมกับ บก.ปคบ.บุกจับเอเยนต์ลักลอบขายยาเสริมสมรรถภาพเพศปลอม ย่านเยาวราชมูลค่ากว่า 15 ล้าน
5. อย.ร่วมกับ บก.ปคบ.บุกจับผู้ลักลอบจำหน่ายลูกอม ไอ้จ๋วนสรรพคุณเพิ่มอิม ย่านลาดพร้าว

6. ออ.ร่วมกับ บก.ปคบ.ทลายแหล่งขายส่งเครื่องสำอางอันตราย มูลค่ากว่าหกแสนบาท
7. ออ.เผยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับยาสมานีน
8. ออ.ร่วมกับ บก.ปคบ.ทลายแหล่งผลิต/บรรจุผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเถื่อน รายใหญ่ มูลค่ากว่า 20 ล้านบาท
9. ออ.เผยแพร่ค้นหาปลาร้าปลอดภัย ย้ำความมั่นใจผู้บริโภค
10. สธ.สกัดอาหารไม่ปลอดภัย บุกลตลาดไท ตรวจสอบสารฆ่าแมลงในปลาร้า
11. ออ.ร่วมกับ บก.ปคบ. และ สน.บางชัน ตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย ย่านรามอินทรา มูลค่ากว่า 10 ล้านบาท หลังรับเรื่องร้องเรียน
12. ออ.เดินทาง ร่วมมือกับตำรวจ บก.ปคบ.พร้อมสำนักงานพยาบาล และการประกอบโรคศิลปะ อย.ตรวจผู้กระทำผิดกฎหมาย พบลักลอบฉีดสารกัญชาในรถ อ้างทำหน้าขาวเต่ง อันตราย
13. ออ.ลุยเฝ้าระวังตรวจสอบอาหารปลอดภัยรับตรุษจีน
14. “จรินทร์” เตือนประชาชนอย่าหลงเชื่อโฆษณาเกินจริง และรับตัวขายตาบอดหลังใช้น้ำมันก๊าดแข็ง รักษาฟรี ที่ รพ.ราชวิถี
15. ออ.ร่วมกับ บก.ปคบ. บุกจับสถานเสริมความงามร้อยมาลี หลอกหลวงประชาชน
16. จรินทร์ ร่วมกัน ตำรวจ ปคบ.บุกจับบริษัทนำเข้าเครื่องมือแพทย์ผิดกฎหมาย พบของกลางอื้อ มูลค่า 15 ล้านบาท
17. จรินทร์ ปองผู้บริโภค ให้ ออ.ร่วมมือ บก.ปคบ. จับเครื่องสำอางแพดดิ้งผิดกฎหมาย มูลค่ากว่า 10 ล้าน
18. ปฏิบัติการเข้ม ! จรินทร์คุ้มครองผู้บริโภค ให้ ออ.ร่วมกับ บก.ปคบ. ตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย ณ ห้างดังย่านศรีนครินทร์ มูลค่ากว่า 10 ล้านบาท
19. จรินทร์ สั่ง ออ.ลุยร่วมกับ บก.ปคบ.ทลายแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเถื่อนรายใหญ่ มูลค่ากว่า 9 ล้านบาท
20. จรินทร์ สั่งลุยบริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “อินทรา” โฆษณาอวดอ้างรักษาโรคร้ายทางวิทยุชุมชน
21. ทลายแหล่งกระจายผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย โฆษณาไม่เกินจริงทางเคเบิลทีวี สั่งซื้อผ่าน Call Center 1577
22. จรินทร์ สั่ง ออ.ลุยร่วมกับตำรวจ บก.ปคบ.ทลายวงจรผลิตน้ำปลาปลอม ย่านสิงห์บุรี
23. ทลายแหล่งลักลอบผลิตและค้าส่งเครื่องสำอาง ยา อาหาร และเครื่องมือแพทย์ผิดกฎหมาย เผย กรณีหญิงสาวซื้อเสริมอาหารทางเน็ตหวังลดอ้วน เสียชีวิต

24. อย.ร่วมกับ บก.ปคบ. และกองบัญชาการตำรวจนครบาล โดย สน.พระราชวัง บุกตรวจจับแหล่งกระจายขายส่งยาแผนโบราณ/แผนฉวยโฆษณาโอ้อวดเกินจริงอย่างโจ่งครึม ย่านท่าเตียน
25. จรินทร์ สั่งลุยแหล่งขายตรงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารออริจิน หลังรับเรื่องร้องเรียนและตรวจพบลักลอบใส่ยาลดความอ้วน
26. ทลายโรงงานยาแผนปัจจุบันรายใหญ่ ย่านลาดพร้าว ลักลอบผลิตยาปลอม ตัดวงจรมือส่งยาขายตามแนวชายแดน ป้องผู้บริโภคทั้งไทยและเทศปลอดภัย
27. อย.ลุยขอนแก่น ทลายโกดังเก็บเครื่องสำอางผิดกฎหมายรายใหญ่ พบเครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้เพียบ! มูลค่ากว่า 5 ล้านบาท
28. จรินทร์ สั่ง อย.ร่วมกับ บก.ปคบ.ทลายแหล่งผลิตเครื่องสำอางอ้างใส่สเต็มเซลล์ ย่านพระราม 3 มูลค่า 10 ล้านบาท และแหล่งผลิต จำหน่ายเครื่องสำอางอันตรายทางสื่ออินเทอร์เน็ต
29. เปิดตัวโครงการ "สายสืบผัดสด" ยิ่งใหญ่ ประเดิมครั้งแรกที่ตลาด อตง.
30. พบอีก โรงงานผลิตน้ำปลาปลอม ย่านสมุทรสงคราม และนครสวรรค์ อย.จับมือ ตำรวจ บก.ปคบ.บุกจับ เพื่อหยุดวงจรธุรกิจน้ำปลาปลอม
31. บุกทลายแหล่งผลิต/จำหน่าย เครื่องสำอางผิดกฎหมายรายใหญ่ ย่านวิภาวดี ทำให้ผู้ใช้หน้าพัง
32. อย่าหลงเชื่อโฆษณา “จิวเจ๋งปูเซ็นเจียวหนัง” โอ้อวดสรรพคุณรักษาโรคเกินจริง ผิดกฎหมาย อาจอันตรายถึงชีวิต อย.สั่งระงับโฆษณาแล้ว ฝ่าฝืน อาจถูกจำคุก / พักใช้ / เพิกถอนใบอนุญาต
33. บุกจับสถานที่ลักลอบผลิตยา เครื่องสำอาง ส่งสถานเสริมความงาม พบของกลางผิดกฎหมาย เพียบ ! มูลค่ากว่า 50 ล้านบาท
34. “จรินทร์” เผยผลงานปราบปรามซินโบว์แดง ส่งท้ายปีบ’ 53 อย.ลุยร่วมตำรวจ บก.ปคบ.จับกุมขบวนการลักลอบค้ายาเถื่อนกลางกรุง มูลค่ากว่า 100 ล้านบาท

2.3 จัดทำข่าวแจก จำนวน 93 เรื่อง ได้แก่

1. อย.ร่วมลงนามกับบริษัทผู้ผลิต ป้องกัน ยารักษาภาวะเสื่อมสมรรถภาพให้เร็วไหล
2. อย.ร่วมกับ บก.ปคบ.ทลายแหล่งจำหน่ายเครื่องสำอางอันตราย ย่านมีนบุรี มูลค่ากว่าครึ่งล้านบาท
3. เตือนผู้บริโภค หากพบอาหารกระป๋องที่ผลิตและจำหน่ายโดยบริษัท ทองกิงแก้วฟู้ดส์ และหจก.ไทย เอ ดี ฟู้ดส์เทรดดิ้ง ห้ามซื้อมารับประทาน
4. อย.เผยแนวทางปฏิบัติการขึ้นทะเบียนวัตถุอันตรายแบบใหม่ แก่ผู้ประกอบการด้านวัตถุอันตราย ให้มีมาตรฐานและเป็นไปตามหลักสากล
5. อย.เผยการขอรับและการออกใบอนุญาต ผลิต/นำเข้า/ส่งออก ยาเสพติดให้โทษประเภท 2 ต้องปฏิบัติตามกฎ

6. อย.เตือนผู้ประกอบการรับมือใบอนุญาตยาและวัตถุเสพติด ปี 2553 หาก
ละเลยจนหมดอายุ ระวัง! เสียค่าปรับรายวัน
7. อย.เผยติดตามความปลอดภัยจากการใช้ยาฆ่าแมลงโดยตลอด เร่งทบทวนการ
ใช้ยาพาราเซตามอลอย่างเหมาะสม
8. อย.เตือนผู้บริโภค อย่าหลงคารมโฆษณาภาพปลอมตัวได้...โกหกทั้งเพ
เสี่ยง! อันตรายต่อสุขภาพ
9. อย.เผยระบบการสั่งซื้อยาใหม่ เปิดกว้างเพื่อให้ยาที่มีคุณภาพราคาถูกลง
ยาสมาริสันไม่ขาดตลาดแน่นอน
10. อย.รุดงานเฝ้าระวังการโฆษณาและรับร้องเรียน หลังตั้งศูนย์เฝ้าระวังและ
รับเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ 1 เดือน พบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ผิดกฎหมาย โอ้อวดเกินจริงกว่า 100 รายการ
11. สธ.ให้ความมั่นใจ ไม่ต้องกลัวยาสมาริสันขาดตลาด จ่อนำเข้าจาก
ต่างประเทศสัปดาห์หน้าเพียงพอกับความต้องการ
12. อย.เผยรายชื่อเครื่องสำอางห้ามใช้เพิ่มอีก 18 รายการ อันตราย! อย่าซื้อ
มาใช้เด็ดขาด
13. ชี้อาว “อย.ห้ามขายยาแอสไพรินในร้านขายยา” เป็นความเข้าใจผิด
ยืนยัน แอสไพรินยังมีขายตามร้านขายยาทั่วไป
14. อย.เผย ครบกำหนดให้ผู้ผลิตยาแก้ไขทะเบียนตำรับยาแอสไพรินไม่ให้ใช้
สำหรับลดไข้ในเด็กแล้ว รายใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่ง จะถูกเพิกถอนทะเบียน
ตำรับยาทันที
15. อย.เตือนยาทามาโดล เป็นยาอันตราย มีผลข้างเคียงสูงถึงตาย ห้ามใช้
หากไม่จำเป็น
16. อย.เตรียมจัดงานใหญ่ ครอบรอบ 35 ปี พร้อมเปิดศูนย์เฝ้าระวังและรับ
เรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพส่งท้ายปี 2552
17. อย.พบผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปลอมเกลื่อน ขอผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อ เสี่ยง
อันตราย
18. อย.ยืนยัน ยาแก้ปวดเพื่อผ่าตัดมีเต็มคลัง ไม่ขาดตลาด
19. อย.เผยผลตรวจผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 6 รายการ สุดอันตราย ลักลอบใส่
ยาควบคุมพิเศษ “ไซบูทรามิน”
20. อย.พัฒนาห้องปฏิบัติการด้านอาหารและยา ผ่านการรับรองมาตรฐาน
เพิ่มความเชื่อมั่นตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพนำเข้า
21. อย.เตือน อย่าซื้อยากลุ่มกรดวิตามินเอชนิดรับประทาน มารักษาสิวเอง
อาจได้รับอันตรายโดยเฉพาะหญิงตั้งครรภ์
22. อย.ครอบรอบ 35 ปี ยกระดับงานคุ้มครองผู้บริโภค เปิดศูนย์เฝ้าระวังและ
รับเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ พร้อมมอบโล่ผู้สนับสนุน 35 องค์การ
23. สธ.มอบโล่ประกาศเกียรติคุณให้กับโรงงานกักยตัวและตัวเข็ม
ผู้ประกอบการทั่วประเทศ เตรียมความพร้อมเข้าสู่มาตรฐาน GMP

24. เตือนผู้บริโภคอย่านำปลาปักเป้ามารับประทาน อย.ยังคงประกาศห้ามนำเข้า หรือ จำหน่าย
25. อย.เตือนอันตรายจากผลิตภัณฑ์ย้อม ต้องทดสอบการแพ้ง่อนใช้
26. อย.เผยวัคซีนไขหวัดใหญ่ 2009 พร้อมฉีดกลุ่มเสี่ยง 11 ม.ค.นี้ ผ่านการรับรองจาก อย.แล้ว
27. อย.ชี้ หากมีการนำเข้าข้าว ผู้นำเข้าต้องปฏิบัติตามระเบียบ อย.
28. อย.เผย พบอีก 14 รายการ เครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้ อันตราย! ใช้แล้วหน้าพัง
29. อย.ป้องกันผู้บริโภค ร่วมกับตำรวจ บก.ปคบ.สำนักงานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ ลุยตรวจแหล่งผลิต/จำหน่ายน้ำหมักชีวภาพของ “ป่าแข็ง” อดอ้างรักษาสารพัดโรค
30. อย.แจ้ง ไทยได้รับผลกระทบจากการที่ประเทศเบลเยียมออกกฎหมาย “ห้ามผลิต จำหน่าย นำเข้า ส่งออก ยาลดความอ้วนที่เป็นวัตถุออกฤทธิ์” ขอให้แพทย์ ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ส่งจ่ายยาลดความอ้วนประเภทอื่นแทน
31. อย.ย้ำเตือนผู้ประกอบการด้านเครื่องสำอางทุกชนิด ให้รีบจดแจ้งเครื่องสำอางให้เสร็จภายในสิ้นปี หากพ้นกำหนดจะถูกดำเนินคดีทันที
32. อย.เตือน ผู้ที่คิดร้าย ใช้นาอนหลับก่อเหตุ จะได้รับโทษหนัก โดยเฉพาะมอมหึงหรือผู้ที่ไม่บรรลุนิติภาวะ มีหวังติดคุกหัวโต
33. จุรินทร์ สั่งจัดการเครื่องดื่มรณรงค์ปลอม
34. อย.เร่งจัดการลูกชิ้นปลาเรืองแสง ตาม “จุรินทร์” สั่งการ วอนงดซื้อ-งดขาย จนกว่าจะรู้ผลวิเคราะห์
35. “จุรินทร์ เตือน อย่าใช้อาหารเสริม 3 รายการอันตราย ลักลอบใส่ยาลดความอ้วนควบคุมพิเศษ ไซบูทรามิน ทำให้ความดันโลหิตสูงและหัวใจเต้นเร็ว”
36. จุรินทร์ เนะจัดชุดสังฆทานถวายพระวันมาฆะ เน้นเลือกผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพ มีความจำเป็นต่อการบริโภคของภิกษุสงฆ์ ระวัง! อาหารหมดอายุ ไม่ควรนำผลิตภัณฑ์อาหารจัดใส่รวมของใช้ อาจปนเปื้อนเป็นอันตราย
37. อย.เพิ่มช่องทางชำระค่าธรรมเนียมเครื่องสำอางรายปี ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารฯ พร้อมให้บริการ 1 มี.ค.53 นี้
38. อย.ตรวจเข้มร้านยาภาคใต้ เฝ้าระวังการจำหน่ายยาน้ำแก๊ส สอนนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคของ รมว.
39. อย.ส่งเสริมงานผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารที่ปลอดภัยได้มาตรฐาน โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยว รุดพาสื่อชมการแปรรูปอาหารทะเล ไร่สารปนเปื้อนบนเกาะกูด พร้อมศึกษางานกลุ่มแม่บ้านรางวัล อย.ควอลิตี้อวอร์ด

40. อย.เผย บริษัทกำจัดปลวกต้องมีใบอนุญาต ดูให้ดีหลักหนีบริษัทเถื่อน พบ
แจ้งสายด่วน อย.1556
41. ระวัง! โฆษณาขายยาสมุนไพร "จิวเจิ้งปู่เฉินเจียวหนิง" ไม่เกินจริง โอ้อวด
รักษาโรคเรื้อรัง อย.สั่งระงับโฆษณาทุกสื่อ เตือนผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อ
42. อย.เอาจริง เดือนเดียวดำเนินคดี 129 ราย พบอาหารนำเข้ามีปรอท
ตะกั่วสูงเกินมาตรฐาน เร่งสกัดกั้นก่อนถึงมือผู้บริโภค
43. เปิดฉลากประกวด อย.Quality Award ประจำปี 2553 เพื่อส่งเสริม
จริยธรรมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ
44. “จูรินทร์” ปราบผู้ประกอบการ อย่าแจ้งหลักฐานเท็จขอซื้อสุโดอีเฟดรีน
มีโทษทั้งจำและปรับ พร้อมพักใช้ใบอนุญาตทันที ถ้าสุดจี้ผู้ลักลอบ
ส่งออกยาแก้หวัดผสมสุโดอีเฟดรีนกว่า 3 ล้านเม็ด ณ ด้านแม่สาย จังหวัด
เชียงราย ดำเนินคดีเฉียบ !
45. อย.เผยผลตรวจวิเคราะห์ “ลูกอมนมโต” พบสารไฟโตเอสโตรเจน ! ที่พบ
ได้ในอาหารทั่วไป
46. อย.เตรียมจัดงานใหญ่ มอบรางวัล “อย. Quality Award ประจำปี
2553” เดินหน้างานคุ้มครองความปลอดภัยผู้บริโภค
47. อย.เผยเพิกถอนทะเบียนตำรับยาลายกล้ำมเนื้อคอลอร์ซ็อกซาโซนแล้ว
เพราะไม่มีผลต่อการรักษา
48. อย.ประกาศเพิ่มรายชื่อพืชผลิตชาสมุนไพร เพื่อสนับสนุนการพัฒนา
สมุนไพรแบบผง
49. เชื้อดผลิตภัณฑ์ Coxium จัดแจ้งเป็นเครื่องสำอาง แต่वादอ้างรักษาข้อ
เสื่อม เข้าข่ายหลอกลวงผู้บริโภค ผิดกฎหมายชัด ๆ อย.สั่งเพิกถอนใบรับ
แจ้งทันที
50. อย.ส่งเสริมเด็กไทยบริโภคอย่างเหมาะสม ป้องกันภัยโรคอ้วน สนับสนุน
โครงการ "Thai Pledge" ประเดิม 6 บริษัทด้านอาหารและเครื่องดื่ม
แสดงจุดยืนไม่โฆษณาผลิตภัณฑ์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 12 ปี
51. อย.เผย พบอีกแล้ว เครื่องสำอางอันตราย 26 รายการ อย่าใช้เด็ดขาด
52. คุ่มเข้มยากล่อมประสาทสำหรับสัตว์ "อะซีโพรมาซีน"
53. เปิดเวทีให้ความรู้ผู้ค้า แสดงจุดยืนความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หลัง อย.
ตรวจจับผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายจำนวนมากจำหน่ายใน
ห้างสรรพสินค้า รวมของกลางมูลค่าสูงกว่า 30 ล้านบาท
54. อย.เชือดโฆษณาหลวงโลก อ้างรักษาเบาหวาน มะเร็ง หัวใจ ผู้บริโภคต้อง
พิจารณาให้ดี อย่าตกเป็นเหยื่อ
55. สุดสะทก อย.ให้ผู้ประกอบการเครื่องสำอางทุกรายยื่นคำขอจดทะเบียน
เครื่องสำอางผ่านเน็ต เร่งเครื่องให้แล้วเสร็จภายในสิ้นปีนี้
56. จูรินทร์ ประกาศ กำหนดลักษณะของเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า
หรือขาย

57. อย.สั่งฟันโฆษณา "หมอมวลชน" ผิดกฎหมาย แสดงสารพัดข้อความของผลิตภัณฑ์อาหาร อ้างวิชาการพัดโรคทางสื่อสิ่งพิมพ์ อย. ไม่อนุญาตให้โฆษณาและไม่ได้รับรองประโยชน์
58. "จรินทร์" เอาจริงให้ อย.และตำรวจ บก.ปคบ. ลุยตรวจเว็บไซต์มหัศจรรย์หนองแวม พร้อมตรวจห้างสรรพสินค้า ย่านบางใหญ่ พบผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องสำอาง ผิดกฎหมายเพียบ
59. จรินทร์เตือน อย่าหลงเชื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์กาแพชีโม้อวดลดความอ้วนแถมเคยตรวจพบลักลอบใส่ยาลดความอ้วน...สุดอันตราย!
60. "จรินทร์" สั่งฟัน "จิวเจิ้งปูเซินเจียวหนิง" "ซาขาว White Nature" "เอโดซี่" "Majic Iris" "ยาน้ำสมุนไพร หลง หลง" ดื้อแพ่งไม่หยุดโฆษณาอวดอ้างรักษาโรคทางเคเบิลทีวีหลังถูก อย.สั่งระงับโฆษณาทุกสื่อแล้ว ประกาศสั่งหากผิดซ้ำอีกเตรียมลงดาบเพิกถอนใบอนุญาตผลิตภัณฑ์
61. อย.เปิดเวทีแลกเปลี่ยนทัศนะภาคธุรกิจ และจัดสัมมนาภาคประชาชน ให้อบรมรู้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ "คุ้มครองความปลอดภัยผู้บริโภค"
62. อย.แจ้งข่าวดี เร่งเคลียร์งานขออนุญาตที่ค้างค้างให้แล้วเสร็จภายใน 3 เดือน จ้างเพิ่มผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
63. เห็นจะ ๆ ชวนพิสูจน์ยาเสพติดร้าย ก่อนเข้าเตา
64. จ่อเผายาเสพติดครั้งใหญ่ 25 มิ.ย.นี้ จำนวนรวมกว่า 5,691 กิโลกรัม มูลค่ารวมกว่า 6 พันล้านบาท
65. อย.จัดประชุมวิชาการใหญ่ประจำปี'53 จับมือ 14 องค์กร เน้น! บริโภคปลอดภัยด้วยการสื่อสารความเสี่ยง : ต้นตัว...แต่ไม่ตกใจ
66. อันตราย! โฆษณา "ยาตายสิบปี ดีเหมือนเดิม,พญาดงชาย,พญาดงหญิง,พลังช้างสาร,น้ำมันไพรทิพย์,ขุดรากถอนโคน" ของมูลนิธิเพื่อคุณธรรม อื้อวอดรักษาโรค ยังไม่ได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับยา
67. อย.เตือน อย่าดื่มน้ำมั่งคุดหวังรักษาโรค โรคอาจทรุด โดยเฉพาะผู้ป่วยที่อยู่ในระหว่างฉายรังสี ผู้ป่วยที่ใช้ยาต้านมะเร็ง ผู้ป่วยเบาหวาน
68. อย.เตือนผู้ประกอบการส่งเอกสารให้ครบตามกำหนด มิฉะนั้นจะถูกตีกลับ
69. อย.ห่วงเด็กไทยฟันตกกระ ออกกฎหมาย ปรับลดปริมาณฟลูออไรด์ในน้ำดื่ม จาก 1.5 มิลลิกรัมต่อลิตร เป็น 0.7 มิลลิกรัมต่อลิตร
70. อย.แนะผู้บริโภค ซื้อลูกชิ้นที่มีฉลากกำกับ และปรุงให้สุกทุกครั้งก่อนบริโภค เพื่อความปลอดภัย
71. ทลายแหล่งผลิตยาเถื่อน เครื่องสำอางผิดกฎหมาย รายใหญ่กลางกรุง โฆษณาผ่านเว็บไซต์ส่งขายทั้งในนอกประเทศ ยึดของกลางกว่า 200 ล้านบาท

72. อย.เตรียมจัดงานใหญ่ มอบรางวัล “อย. Quality Award 2010 เชิดชูสถานประกอบการดี จริยธรรมเด่น
73. เผยโฉม สถานประกอบการดีจริยธรรมยอดเยี่ยม คิวรางวัล อย. Quality Award 2010
74. อย.ป้องกันผู้บริโภคให้ถูกหลอก ประกาศชัด “เก้าอี้ไฟฟ้าสถิต เตียนวดไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้ากระแสตรงแช่เท้า” ที่ผลิต นำเข้า จำหน่ายในไทย ต้องแสดงหลักฐานพิสูจน์ประสิทธิภาพและความปลอดภัยก่อนได้รับอนุญาตจัดแจ้ง
75. เตือน !! บริษัทอ้างกำจัดปลวกด้วยสมุนไพร ต้องมีใบอนุญาตจาก อย. พบฝ่าฝืนมีโทษปรับถึง 2 แสนบาท
76. อย.ขานรับนโยบายแก้ปัญหาคนไทยขาดสารไอโอดีน เร่งเครื่องออกกฎหมายบังคับให้เกลือผสมไอโอดีนเป็นอันดับแรก ก่อนลุยต่อไปผลิตภัณฑ์น้ำปลา ซอสปรุงรส ซีอิ๊ว เครื่องปรุงรส อาหารกึ่งสำเร็จรูป และขนมกรุบกรอบ
77. อย.เตือนผู้ประกอบการ อย่าหลงเชื่อผู้แอบอ้างทำหนังสือครอบรอบ 36 ปี
78. อย.เตือน ใกล้หมดเวลาผ่อนผันจัดแจ้งเครื่องสำอางแล้ว หากภายในสิ้นปียังไม่มาจัดแจ้งให้แล้วเสร็จจะมีโทษทั้งจำทั้งปรับ
79. อย.จับมือ บก.ปคบ.บุกตรวจแหล่งผลิตเครื่องสำอาง หลังรับเรื่องร้องเรียน ส่งขายให้คลินิกและส่งขายผสมสารห้ามใช้
80. ตรัง สุดยอด โรงงานก๋วยเตี๋ยวเจริญชัยพัฒนาได้จีเอ็มพีต้นแบบแห่งแรกของภาคใต้
81. อย.ดำเนินคดี “คาราบาวแดง” โฆษณาผิดกฎหมาย อ้างเครื่องดื่มมีวิตามินบี 12 บำรุงสมอง ส่งระบุโฆษณาทุกสื่อแล้ว
82. รวมพลังชาวตรังปฏิวัติน้ำมันทอดซ้ำ ปลุกกระแสรักสุขภาพ
83. อย.คุ้มครองผู้บริโภค เปิดเวทีสร้างความเข้าใจ เพิ่มประสิทธิภาพกำกับดูแลผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ลดปัญหาถูกขึ้นเรื่องแสง
84. การประชุมความร่วมมือระหว่าง อย. และ บก.ปคบ. พร้อมทั้งสรุปผลงาน ประจำปีงบประมาณ 2553
85. อย.แจ้งข่าวดี ปรับลดราคายานาสลบที่ใช้ในการผ่าตัด ยานอนหลับ ยาแก้ปวดมะเร็ง ลดฮวบมากกว่าเดิมเกือบ 50% ในเดือนตุลาคม 2553 นี้แน่นอน
86. อย.เพิ่มทางสะดวก ยื่นคำขอหนังสือรับรองการขายเพื่อการส่งออกผ่านเน็ต พร้อมให้บริการแล้ว เร็วกว่าเดิม
87. อย.คุมเข้มการใช้ยาสำหรับสัตว์ต้องใช้อย่างที่ขึ้นทะเบียนถูกต้อง ลดปัญหาการตายของสัตว์ และไม่ให้ส่งผลกระทบต่อประชาชน รุดตีวเข้มให้ความรู้ผู้ขายยาสัตว์ 22 กันยานี้ ปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย

88. อย.แจ่ง การให้บริการรับจดแจ้งเครื่องสำอางมีหลายช่องทาง โดยยื่นทางอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลัก หรือที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทุกจังหวัด เพิ่มความสะดวกผู้ประกอบการให้จดแจ้งแล้วเสร็จภายในสิ้นปี 53
89. อย.ห้วงประชาชนเป็นเหยื่อลูกเล่นโฆษณา ให้ข้อมูลวิชาการผิด ๆ ทำให้เกิดพฤติกรรมบริโภคที่ไม่เหมาะสม อาจใช้มาตรการเพิกถอนสูตรตำรับ
90. อย.เอาจริง เข้มตรวจสอบร้านยา ร้านค้าทั่วไป หากพบลักลอบจำหน่ายยาสิวกุ่มกรตวิตามินเอ มีโทษทั้งจำทั้งปรับ
91. บุคลากรแหล่งผลิตและขายยาสำหรับสัตว์รายใหญ่กลางกรุง ยึดยาสัตว์ผิดกฎหมายมูลค่ากว่าล้านบาท จับดำเนินคดีทันที
92. ระวัง! ยาปลอม “สมุนไพรละลายไขมันสูตร 1, สูตร 2” สวมเลขทะเบียนยาอื่น หลอกหลวงผู้บริโภค อย่าซื้อ อย่าใช้
93. อย.เตือน! รับผิดชอบต่ออายุใบอนุญาตยาและวัตถุเสพติด ปี' 54

2) รมรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง รู้จักดูแลสุขภาพด้วยการพึ่งพาตนเอง หลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยง มีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ รวมถึง มีพฤติกรรมการปกป้องสิทธิ โดยการร้องเรียน แจ้งเบาะแส เมื่อพบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพซึ่งในปีงบประมาณ 2553 ได้ดำเนินงาน ดังนี้

โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

1. โครงการ อย.น้อย ปี 2553



เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย มีความตื่นตัวในการแสวงหาข่าวสาร รู้จักปกป้องตนเอง ครอบครัวและชุมชน รวมถึงสามารถนำกิจกรรม อย.น้อยไปพัฒนาหรือแก้ไขปัญหามลพิษสุขภาพและสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนได้ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้ดำเนินกิจกรรมโครงการ ดังนี้

1. จัดทำโครงการ อย.น้อย ประจำปี 2553
2. สนับสนุนโรงเรียนที่สังกัด สพฐทำโครงการ จำนวน 185 เขตพื้นที่การศึกษา เขตพื้นที่การศึกษาละ 12,000 บาท

3. สนับสนุนงบประมาณ สสจ.ในการคัดเลือกโครงการระดับจังหวัดและใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย จังหวัดละ 10,000 บาท และ เขตพื้นที่การศึกษาละ 10,000 บาท
4. แต่งตั้งคณะทำงานดำเนินโครงการ อย.น้อย ปี 2553
5. ประชุมคณะทำงานดำเนินโครงการ อย.น้อย จำนวน 3 ครั้ง
6. การพัฒนานักกิจกรรม อย.น้อย ในสถานศึกษา ดังนี้
 - 6.1 จัดทำโครงการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานโรงเรียน มาตรฐานนักเรียน คู่มือนักเรียน คู่มือการติดตามประเมินผลและหลักสูตร อย.น้อย
 - 6.2 จัดทำใบประกาศนียบัตร อย.น้อย
 - 6.3 จัดทำสื่อ DVD Best Practice นักเรียน อย.น้อย ในสถานศึกษา
7. จัดจ้างออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูล อย.น้อย
8. จัดซื้อชุดทดสอบโพลาร์ในน้ำมันทอดซ้ำ
9. ผลิตและเผยแพร่ บทวิทยุ อย.น้อย
10. จัดทำสื่อสนับสนุน ได้แก่ เสื่อยึด อย.น้อย, ปากกา, เข็มกลัด อย.น้อย
11. ประชุมระดมสมองยุทธศาสตร์ดำเนินโครงการ อย.น้อย จำนวน 1 ครั้ง วันที่ 25-26 มกราคม 2553 ณ โรงแรมริชมอนด์ นนทบุรี
12. ประชุมอบรมคณะกรรมการครูแกนนำ อย.น้อย ปี 2553 วันที่ 10-11 มีนาคม 2553 ณ โรงแรมปรีณิพาเลส



13. ประชุมครูแกนนำ สพฐ./สช./กทผ. วันที่ 31 มีนาคม 2553 ณ โรงแรมปรีณิพาเลส
14. จัดจ้างมหาวิทยาลัยขอนแก่น ดำเนินการวิจัยประเมินผลโครงการ อย.น้อย ปี 2553
15. จัดจ้างสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดำเนินการจัดทำหลักสูตรการเรียนรู้
16. จัดกิจกรรม Day Camp อย.น้อย จำนวน 3 ครั้ง
 - ครั้งที่ 1 วันที่ 17-18 มิถุนายน 2553 ณ อาคารกีฬาคุณธรรม โรงเรียนเทศบาล บ้านท้ายช้าง จ.พังงา
 - ครั้งที่ 2 วันที่ 17-18 มิถุนายน 2553 ณ โรงแรมริเวอร์แคว วิลเลจ อ.ไทรโยค จ.กาญจนบุรี
 - ครั้งที่ 3 วันที่ 3 กันยายน 2553 ณ โรงแรมธรรมรินทร์ ธนา จ.ตรัง
17. จัดอบรมและพัฒนานักเรียนแกนนำ อย.น้อย วันที่ 24-26 มิถุนายน 2553 ณ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค กรุงเทพฯ



18. ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานนักเรียน โรงเรียน คู่มือนักเรียน

สรุปผลการประเมินผลโครงการ อย.น้อย ปีงบประมาณ 2553 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิผลโครงการ อย.น้อย 2553 ซึ่งข้อมูลจากโรงเรียน จำนวน 44 แห่ง นักเรียน 3,849 คน พบว่า ร้อยละ 75.90 ของนักเรียนที่มีพฤติกรรมกระทำความผิดลดลง

2. โครงการอาหารปลอดภัย

เพื่อสนับสนุนนโยบายรัฐบาลอย่างต่อเนื่องในการดำเนินการให้อาหารมีความปลอดภัย ครอบคลุมของห่วงโซ่อาหาร และยกระดับมาตรฐานอาหารให้เท่าเทียมมาตรฐานสากล มุ่งพัฒนาครัวไทยไปสู่ครัวโลก โดยส่งเสริมให้ประชาชน มีความรู้และตระหนักถึงความสำคัญในการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยเพื่อให้มีสุขภาพแข็งแรงและนำไปสู่เมืองไทยแข็งแรง ซึ่งในปีงบประมาณ 2553 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. จัดทำโครงการอาหารปลอดภัย ประจำปี 2553
2. จัดทำคู่มือฉลากโภชนาการ จำนวน 220,000 เล่ม จัดส่ง สสจ.ทั่วประเทศ

3. จัดทำแผ่นพับ จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่
 - บริโภคน้ำดื่ม น้ำแข็งและไอศกรีม อย่างปลอดภัย จำนวน 426,000 แผ่น จัดส่ง สสจ. ทั่วประเทศ
 - ล้างผัก ผลไม้ เพื่อลดสารพิษตกค้าง จำนวน 426,000 แผ่น จัดส่ง สสจ. ทั่วประเทศ



4. ผลิตและเผยแพร่สารคดีโทรทัศน์ ในรายการ Happy life กับคุณหรีด ในช่วง “ห่วงใยสุขภาพ จาก ออย.” ทางช่อง 3 ทุกวันเสาร์ เวลา 8.50-9.15 น. จำนวน 13 ตอน
เผยแพร่ตั้งแต่เดือนมกราคม-มีนาคม 2553
5. ผลิตและเผยแพร่สารคดีสั้นทางโทรทัศน์ ความยาว 1.30 นาที ชุด “ก๊วนสุขภาพดี กับ ออย.” ในรายการกระจกหกด้าน ทางช่อง 7 ทุกวัน
จันทร์ เวลา 16.10-16.15 น. จำนวน 10 ตอน ได้แก่
 - ตอนที่ 1 เลือกซื้ออาหารอย่างปลอดภัย
 - ตอนที่ 2 น้ำมันทอดซ้ำ..อันตรายใกล้ตัว
 - ตอนที่ 3 ก๋วยเตี๋ยวปลอดภัย
 - ตอนที่ 4 ใช้น้ำมันให้เหมาะกับอาหาร
 - ตอนที่ 5 กินอย่างไรปลอดภัยจากอาหารเป็นพิษ
 - ตอนที่ 6 ไม่ควรมองข้ามฉลากโภชนาการ
 - ตอนที่ 7 บอแรกซ์ตัวร้าย
 - ตอนที่ 8 สอยนกกินด้วยสิผสมอาหาร
 - ตอนที่ 9 ประกอบอาหารอย่างปลอดภัยทำได้ง่าย ๆ
 - ตอนที่ 10 ล้างผักผลไม้ให้ดี เต็มมีสารเคมีตกค้าง



6. ผลิตและเผยแพร่รายการสนทนาทางโทรทัศน์ จำนวน 6 ครั้ง ดังนี้
 1. รายการคุยนอกทำเนียบ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง NBT วันศุกร์ที่ 19 กุมภาพันธ์ 2553 เวลา 20.30-21.00 น. ประเด็น "สาธารณสุขยุคใหม่ เดินหน้าคุ้มครองผู้บริโภค"
 2. รายการสโมสรสุขภาพ ออกอากาศทางโมเดิร์นไนน์ทีวี วันพุธที่ 31 มีนาคม 2553 เวลา 8.00-8.45 น. ประเด็น "อาหารปลอดภัย เตือนภัยหน้าร้อน"
 3. รายการคุยข่าว 10 โมง ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 วันที่ 28 เมษายน 2553 เวลา 10.00-10.10 น. ประเด็น “ปลอดภัย ไกลโรค ด้วยอาหารดี มีประโยชน์”

4. รายการคัดข่าวเด่น ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง NBT วันที่ 26 พฤษภาคม 2553 เวลา 22.30-22.50 น. ประเด็น “รู้เท่าทันผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร”
5. รายการประเด็นดังหลังข่าว ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง NBT วันเสาร์ที่ 12 มิถุนายน 2553 เวลา 13.00-13.25 น. ประเด็น “ยาอาหารเครื่องสำอาง ปัจจัยสี่...ปัจจัยเสี่ยง”
6. รายการคัดข่าวเด่น ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง NBT วันที่ 13 สิงหาคม 2553 เวลา 22.30-22.50 น. ประเด็น “สาธารณสุขยุคใหม่ เพื่อคนไทย มีสุขภาพดี มีรอยยิ้ม”
7. จัดทำโครงการวิจัย ประเมินผลโครงการอาหารปลอดภัย ปี 2553

สรุปผลการประเมินผลโครงการอาหารปลอดภัยของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2553 โดยทำการศึกษากับประชาชนที่มีอายุ 15-60 ปี ทั่วประเทศ จำนวน 1,620 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิผลโครงการอาหารปลอดภัย ปี 2553 ดังนี้

- เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การบริโภคอาหารที่ปลอดภัย มีคุณภาพของประชาชน พบว่าประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 86.3
- เพื่อศึกษาระดับความตระหนักในการเลือกซื้อและบริโภคอาหารที่ปลอดภัย มีคุณภาพของประชาชน พบว่าประชาชนมีความตระหนักในการเลือกซื้อ และบริโภคอาหารที่ปลอดภัย มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 97.6
- เพื่อศึกษาการปฏิบัติตนเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของประชาชน พบว่าประชาชนมีการปฏิบัติตนเกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย มีคุณภาพถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 74.8

3. โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย

เพื่อเป็นการดึงให้ผู้บริโภคหันกลับมาสู่การดูแลสุขภาพด้วยการพึ่งพาตนเอง และสร้างองค์ความรู้เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันในการบริโภคอย่างเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า จำเป็นที่ทุกฝ่ายจะต้องร่วมมือกันทั้งการปราบปราม การสร้างกระแสกดดัน ให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบมากยิ่งขึ้น การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถวินิจฉัยได้ว่าข้อมูลใดเป็นข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงหรือโฆษณาที่หลอกลวงได้ และมีการปรับพฤติกรรมกรรมการบริโภค ให้หันมาพึ่งพาตนเองด้วยการดูแลเรื่องการบริโภคอย่างถูกต้อง เหมาะสม มีการออกกำลังอย่างถูกวิธี และสม่ำเสมอ ซึ่งในปีงบประมาณ 2553 ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. จัดทำโครงการอย่าหลงเชื่อง่าย ประจำปี 2553
2. ผลิตและเผยแพร่สารคดีโทรทัศน์ ชุด “รู้ทันโฆษณาภัยกับ ออย.” ความยาว 90 วินาที ในรายการ “กระจ่างศาสตร์” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 7 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 17.00-17.30 น. จำนวน 12 ตอน (ตอนที่ 1-12) และสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี ระหว่างรายการ

มหัศจรรย์สัตว์โลก และรายการละครรักกัน ๆ ทุกวันศุกร์ ระหว่างเวลา 17.55-18.00 น.
จำนวน 8 ตอน (ตอนที่ 13-20) (ออกอากาศตั้งแต่เดือนมีนาคม-ตุลาคม 2553)

- ตอนที่ 1 กลูตาไทโอน ชาวใส หรืออันตรายแฝง
 - ตอนที่ 2 จัดฟันแฟชั่น ความเก๋ที่อันตราย
 - ตอนที่ 3 เข็มขัดกระชับสัดส่วน ลดหุ่นหุ่นแรง หรือแฝงอันตราย
 - ตอนที่ 4 อย่าหลงเชื่อ คอลลาเจน เพียงเพราะแค่อยากสวย
 - ตอนที่ 5 คลอโรฟิลล์ดื่มแทนน้ำ โทษกลักรายไม่รู้ตัว
 - ตอนที่ 6 บิ๊กอาย บิ๊กบวม
 - ตอนที่ 7 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รักษาโรคไม่ได้
 - ตอนที่ 8 ยาลด ลดอ้วน ภัยที่ควรระวัง
 - ตอนที่ 9 หน้าสวยด้วยยาคุม ผลเกินคุ้ม หรือกลุ่มใจ
 - ตอนที่ 10 กาแฟปังปัง หรือโทษมหันต์เกือบตาย
 - ตอนที่ 11 อ่านฉลากถ้วนถี่ ชีวิตปลอดภัย
 - ตอนที่ 12 แก้วน้ำขวด เตียนขวดไฟฟ้า จริงหรือที่ว่า...รักษาสารพัดโรค?
 - ตอนที่ 13 โฆษณาแบบไหนที่ อย.ไม่อนุญาต
 - ตอนที่ 14 ชะลอความแก่ ด้วยสเต็มเซลล์...ได้จริงหรือ
 - ตอนที่ 15 ดู ฟัง เคเบิลทีวี และวิทยุ ควรฟังหู ไว้หู
 - ตอนที่ 16 รักษาโรคด้วยเครื่องดื่มสมุนไพร อย่าเชื่อ
 - ตอนที่ 17 สารสกัดจากถั่วขาว ลดอ้วนได้ ชัวร์ หรือมั่วแน่
 - ตอนที่ 18 ระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพขายผ่านทางเว็บไซต์ อันตราย
 - ตอนที่ 19 คุณก็ + ลูกอม เสริมอิม
 - ตอนที่ 20 ตรวจสอบโฆษณา...ด้วยเลขอนุญาตโฆษณา
3. ผลิตและเผยแพร่สโปตโทรทัศน์ ชุด “เชื่อไหม” ความยาว 30 วินาที เผยแพร่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ 3 / 5 / 7 และ โมเดิร์นไนน์ทีวี จำนวน 99 ครั้ง
4. ผลิตมิวสิกวิดีโอ ชุด “เชื่อไหม” ความยาว 3 นาที จัดส่ง สสจ.ทั่วประเทศ และโรงพยาบาล เพื่อเผยแพร่ จำนวน 163 แห่ง
5. ผลิตและเผยแพร่สื่อบุคคลพิมพ์ จำนวน 3 ฉบับ ได้แก่ เติลนิวส์ มติชน ข่าวสด จำนวน 6 เรื่อง ดังนี้
1. อย.นะหญิงไทย...ระวังภัยเงียบที่มาพร้อมกับความสวย (มติชน)
 2. ใช้เครื่องสำอาง ผิดกฎหมาย เสียเงิน เสียโฉม อย.เร่งออกกฎหมายหมายหมายยกหนามบัง (เติลนิวส์)
 3. จริงหรือมั่ว ชัวร์หรือไม่? อย.มีคำตอบ “กาแฟลดหุ่น” เข้าข่ายหลอกลวง (ข่าวสด)
 4. อย.ห่วง คนไทยตกเป็นเหยื่อผลิตภัณฑ์อาหารเถื่อนโฆษณาโอ้อวด หลอกลวง ด้วยเลข อย. ปลอม (มติชน)
 5. “อ่านฉลาก” อย่าคิดว่าไม่สำคัญ ไม่ได้เห็น ไม่ครบถ้วน อย่าหลงเชื่อ (ข่าวสด)
 6. เทศกาลบอลโลก นอนดึก ตื่นเช้า สารพัดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ช่วยลดริ้วรอย สมองปลอดโปร่ง กระปรี้กระเปร่า จริงหรือ (เติลนิวส์)

6. จัดส่งสโปตโทรทัศน์ และมิวสิควิดีโอ ชุด เชื้อใหม่ ให้กับเคเบิลทีวีทั่วประเทศ และขอความร่วมมือเผยแพร่ จำนวน 275 แห่ง



7. จัดพิมพ์การ์ตูน “ครอบครัวอลวนคนอลเวง” ให้ความรู้ เรื่อง กาแฟ, ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องสำอางหน้าขาว จำนวน 47,000 เล่ม
8. ผลิตและพิมพ์คู่มือ “เคล็ด(ไม่)ลับ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างรู้ทันโฆษณา” (ฉบับปรับปรุง) 40 หน้า จำนวน 38,450 เล่ม
9. จัดทำโครงการวิจัย ประเมินผลโครงการอย่าหลงเชื่อง่าย ปี 2553

สรุปผลการประเมินผลโครงการอย่าหลงเชื่อง่าย ปี 2553 โดยทำการศึกษากับประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15-60 ปี ทั่วประเทศ จำนวน 1,620 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิผลโครงการอย่าหลงเชื่อง่าย ปี 2553 ดังนี้

- ประชาชนรับรู้สื่อที่เผยแพร่ตามโครงการณรงค์อย่าหลงเชื่อง่าย ปี 2553 คิดเป็นร้อยละ 86.0
- ประชาชนสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงได้อย่างถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 84.6

4. โครงการณรงค์แก้ไขปัญหาการใช้ยาปฏิชีวนะไม่เหมาะสม

เพื่อให้ประชาชนและบุคลากรทางการแพทย์มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และมีพฤติกรรมที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้ยาปฏิชีวนะ ซึ่งในปีงบประมาณ 2553 ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. จัดทำโครงการณรงค์แก้ไขปัญหาการใช้ยาปฏิชีวนะไม่เหมาะสม ประจำปี 2553
2. ผลิตและเผยแพร่สารคดีสั้นทางโทรทัศน์ ชุด “Healthy Family : สุขภาพดียกบ้าน” ความยาว 90 วินาที จำนวน 10 ตอน ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 6.30-7.00 น. ในรายการ ปล.รักเมืองไทย และ รายการสำรวจธรรมชาติ
 - ตอนที่ 1 ยาลดความอ้วน อันตรายถึงชีวิต
 - ตอนที่ 2 กาแฟขี้ไก่ โอ้อวดลดความอ้วน
 - ตอนที่ 3 เครื่องสำอางหน้าดำ
 - ตอนที่ 4 ยาครอบจักรวาลไม่มีอยู่จริง
 - ตอนที่ 5 เลห์เหลี่ยม พ่อค้าโอ้อวดสรรพคุณเกินจริง
 - ตอนที่ 6 ยาปฏิชีวนะกับยาแก้ไอเสบ
 - ตอนที่ 7 เป็นหวัด เจ็บคอ ไม่ต้องใช้ยาแก้หวัด
 - ตอนที่ 8 เชื้อดื้อยา มหันตภัยเงียบ
 - ตอนที่ 9 ระวัง ! ซื้อยาปฏิชีวนะกินเอง อันตรายถึงชีวิต



- ตอนที่ 10 จำเป็นต้องใช้ยาปฏิชีวนะเมื่อใด

3. ผลิตและเผยแพร่สื่อบุคคล ความยาวไม่น้อยกว่า 1 นาที ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 ในรายการ เรื่องเด่นเย็นนี้ เวลา 16.30-18.00 น. และ ช่อง 7 ในรายการข่าวภาคค่ำ เวลา 17.00-20.00 น. จำนวน 10 ครั้ง ดังนี้
 1. อย.เฝ้าฯเสด็จ ๓ นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน (ข่าวภาคค่ำ ช่อง 7)
 2. อย.ตั้งศูนย์ปราบปรามผู้กระทำความผิดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (ข่าวภาคค่ำ ช่อง 7)
 3. อย.บุกทลายโกดังเก็บผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผิดกฎหมาย (เรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3)
 4. อย.บุกทลายโรงงานผลิตยาผิดกฎหมาย (เรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3)
 5. อย.บุกทลายคลังยาปลูกเชื้อฯ มูลค่ากว่า 100 ล้านบาท (เรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3)
 6. อย.เตือนใช้ยาปฏิชีวนะไม่ถูกต้องเสี่ยงต่อเชื้อดื้อยา (เรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3)
 7. อย.บุกจับเครื่องสำอาง แอบอ้างใช้สารสเตียรอยด์ (ข่าวภาคค่ำ ช่อง 7)
 8. อย.บุกจับโรงงานผลิตน้ำปลา-น้ำส้มสายชูปลอม (ข่าวภาคค่ำ ช่อง 7)
 9. อย.เตือนใช้ยาปฏิชีวนะไม่ถูกต้องฯ (ข่าวสามมิติ ช่อง 3) – เพิ่มเติม ความยาว 0.17 นาที
 10. อย.ทลายแหล่งผลิตเครื่องสำอางปลอม (เรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3) – เพิ่มเติม ความยาว 0.44 นาที
4. จัดทำแผ่นพับให้ความรู้การใช้ยาปฏิชีวนะอย่างเหมาะสม 24 หน้า จำนวน 20,880 ชุด ส่งให้กับโรงเรียนทั่วประเทศ

สรุปผลการโครงการณรงค์แก้ไขปัญหการใช้ยาปฏิชีวนะไม่เหมาะสม ปี 2553 จากการทำกิจกรรมโครงการณรงค์แก้ไขปัญหการใช้ยาปฏิชีวนะไม่เหมาะสม ปี 2553 พบว่าประชาชนมีแนวโน้มให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลที่เผยแพร่จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รวมทั้งมีเครือข่ายจากภาครัฐและเอกชน เช่น เครือข่าย Antibiotics Smart Use ASU ซึ่งมีหลายหน่วยงานร่วมรณรงค์ อาทิ สสส. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้เข้าถึงทั้งกลุ่มประชาชนและบุคลากรทางสาธารณสุข อย่างไรก็ตามการดำเนินงานได้มีการเปลี่ยนแปลงตามนโยบายของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งพิจารณาจากสถานการณ์ปัจจุบัน และเห็นควรมุ่งเน้นการรณรงค์ให้ความรู้แก่ประชาชนในการเลือกซื้อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย เช่น การอ่านฉลากเพื่อสุขภาพ โดยมุ่งในผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ประชาชนพบปัญหาการถูกหลอกลวงจากโฆษณาที่เกินจริงมากกว่า สำหรับเรื่องยาปฏิชีวนะนั้นมีหน่วยงานอื่นในกระทรวงสาธารณสุขรณรงค์อยู่แล้ว จึงทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงการเป็น โครงการคนไทย ชื้อ บริโภค ปลอดภัย แทน

5. โครงการคนไทย ชื้อ บริโภค ปลอดภัย

เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัยผ่านสื่อมวลชน จะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ และนำมาพัฒนาพฤติกรรมเลือกซื้อและเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสม ซึ่งในปีงบประมาณ 2553 ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. จัดทำโครงการคนไทย ชื้อ บริโภค ปลอดภัย ประจำปี 2553
2. ผลิตและเผยแพร่สื่อบุคคล ชุด “อย่าเชื่อเขาว่า” ความยาว 15 วินาที จำนวน 109 ครั้ง และ 30 วินาที จำนวน 56 ครั้ง ทางสถานีโทรทัศน์ 3 / 7 / โมเดิร์นไนน์ทีวี

3. ผลิตและเผยแพร่สโปตวิทยุ ชุด “อย่าเชื่อเขาว่า” ความยาว 30 วินาที เผยแพร่ จำนวน 169 ครั้ง

สรุปผลโครงการคนไทย ชื้อ บริโภค ปลอดภัย จากการดำเนินงานโครงการคนไทย ชื้อ บริโภค ปลอดภัย พบว่าโครงการนี้มุ่งเน้นส่งเสริมให้มีการซื้อ บริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นปัญหา ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีการรณรงค์ในกิจกรรมอื่น ๆ การสร้างความรู้ให้ประชาชนปฏิบัติตนอย่างเหมาะสม ถูกต้อง จึงดำเนินการสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งกิจกรรมในโครงการนี้ใช้สื่อที่จัดจ้างในโครงการรณรงค์แก้ไขปัญหการใช้ยาปฏิชีวนะไม่เหมาะสม ปี 2553 ซึ่งมุ่งเน้นรณรงค์เพียงประเด็น “โรคหวัดหายได้โดยไม่ต้องใช้ยาปฏิชีวนะ” ซึ่ง สโปตทีวี และสโปตวิทยุ เป็นสื่อที่เหมาะสม แต่เมื่อเปลี่ยนแนวทางการรณรงค์มุ่งผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นปัญหา ซึ่งมีหลากหลาย การเผยแพร่ในลักษณะสโปตทีวี และสโปตวิทยุ จึงมีข้อจำกัดในการรณรงค์ให้ความรู้

โครงการวิจัยเพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค

การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในภาพรวม จึงได้ดำเนินการวิจัย เรื่อง การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ประจำปี 2553 ดำเนินการวิจัยโดยมหาวิทยาลัยพลศึกษา กรุงเทพฯ กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนทั่วไปทั้งชายและหญิง อายุ 12-60 ปี จำนวน 3,000 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามการประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2553 โดยมีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ร้อยละ 99.7 ของผู้บริโภครับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยรับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.3
2. ร้อยละ 84.1 ของประชาชนมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในภาพรวม โดยแบ่งความพึงพอใจในการปฏิบัติงานออกเป็น 2 ด้าน คือ
 - มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้ความรู้ ความตระหนักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประชาชนร้อยละ 91.9
 - มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ประชาชนร้อยละ 76.9
3. ร้อยละ 93.6 ของผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดย
 - ร้อยละ 97.1 ของผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ยา ที่ อย.ให้การรับรอง
 - ร้อยละ 98.1 ของผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ อย.ให้การรับรอง
 - ร้อยละ 86.8 ของผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ที่ อย.ให้การรับรอง
 - ร้อยละ 94.9 ของผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ ที่ อย.ให้การรับรอง

- ร้อยละ 91.5 ของผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์อันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน ที่ อย.ให้การรับรอง
- 4. ร้อยละ 92.5 ของประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง
- 5. ร้อยละ 81.8 ของประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง

การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน

1. โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างเสริมการบริโภคที่เหมาะสม

การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ ทำความเข้าใจร่วมแสดงทัศนะ ร่วมเสนอปัญหา หรือร่วมคิดหาแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ เป็นนโยบายรัฐบาลที่มุ่งบริหารราชการแผ่นดินตามหลักธรรมาภิบาล (Good governance) และหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เพื่อให้ส่วนราชการมีการบริหารราชการที่เปิดเผย โปร่งใส

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้เริ่มดำเนินโครงการมีส่วนร่วมของประชาชน ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานตั้งแต่มีการแต่งตั้งคณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของ อย. ทำหน้าที่วิเคราะห์ภารกิจหลักหรือยุทธศาสตร์ที่สำคัญของ อย. ที่เหมาะสมในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และพิจารณากำหนดกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นตัวแทนประชาชน และให้แต่ละกลุ่มเสนอผู้แทนเพื่อแต่งตั้งเป็นคณะทำงานภาคประชาชน ทำหน้าที่ในการให้ข้อคิดเห็นที่ใช้ประโยชน์ในการดำเนินงาน เพื่อผลักดันให้ อย. มีการพัฒนาระบบราชการ หรือพัฒนาบริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ในปี งบประมาณ พ.ศ. 2550 คณะทำงานภาคประชาชนได้เห็นชอบจัดทำโครงการเฝ้าระวังและลดปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพแบบมีส่วนร่วมขึ้น

และปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 คณะทำงานภาคประชาชนได้ดำเนินโครงการต่อเนื่อง โดยให้เครือข่ายมีส่วนร่วมในการแจ้งเบาะแสการทำผิดเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และ/หรือ ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ในการดำเนินงานคณะทำงานภาคประชาชนได้จัดทำ ทดสอบ และปรับปรุงแบบบันทึกการแจ้งข้อมูลการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางอินเทอร์เน็ต และทางจดหมาย จัดทำคู่มือการตรวจสอบเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และซีดี รวมทั้งจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อทบทวนความรู้ด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย และชี้แจงแนวทางการแจ้งข้อมูลหรือเบาะแสให้แก่เครือข่าย รวมทั้งได้ดำเนินการกับเรื่องร้องเรียนที่ได้รับแจ้งจากเครือข่ายเมื่อพบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกต้องตามกระบวนการที่กำหนดไว้

ส่วนปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 คณะทำงานโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และคณะทำงานภาคประชาชน เห็นชอบให้กำหนดประเด็นที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และร่วมติดตามผลการปฏิบัติราชการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 คือ “การพัฒนาผู้บริโภคให้มีความรู้ และมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ” โดยมีประเด็นเด่นในการรณรงค์เผยแพร่ร่วมกัน คือ การให้ความรู้เรื่อง “อันตรายจากน้ำมันทอดซ้ำ”

สำหรับในปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 ได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานภาคประชาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวม

ทั้งสิ้น 21 คน ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการจาก 4 องค์กร รวม 4 คน, องค์กรภาคประชาชนจาก 4 องค์กร รวม 4 คน, องค์กรวิชาชีพจาก 5 องค์กร รวม 5 คน, สื่อมวลชนจาก 2 องค์กร รวม 2 คน, ภาควิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา 2 แห่ง รวม 2 คน, หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจาก 4 หน่วยงาน รวม 4 คน โดยมีทีมเลขานุการคณะทำงานเป็นบุคลากรของ อย. 4 คน ในการนี้คณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และ คณะทำงานภาคประชาชน เห็นชอบให้กำหนดประเด็น “การพัฒนาให้ผู้บริโภคมีความรู้ และมีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพ ภายใต้โครงการการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้ประชาชนและชุมชนมีความรู้ที่ถูกต้อง เลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย” โดยมีประเด็นเด่นในการรณรงค์เผยแพร่ร่วมกัน คือ การให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

โครงการการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้ประชาชนและชุมชน มีความรู้ที่ถูกต้องเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย มีการดำเนินกิจกรรมระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน 2553 โดย อย. และคณะทำงานภาคประชาชนสามารถดำเนินกิจกรรมได้ครบถ้วนแล้ว เสร็จตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดไว้ในโครงการฯ นอกจากนี้ได้จัดประชุมสัมมนาเรื่อง รอบรู้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตลอดจนคณะทำงานภาคประชาชนได้ดำเนินการเผยแพร่สื่อผ่านทางเครือข่าย ทั้งวิทยุชุมชน เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต และการประชุมสัมมนา และกิจกรรมในพื้นที่ รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานโครงการฯ ผ่านสื่อที่ อย. และคณะทำงานภาคประชาชนมีอยู่ และดำเนินงานรวบรวม จัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานของคณะทำงานภาคประชาชน ประจำปี 2553



เมื่อนำผลการดำเนินการโครงการฯ มาประเมินผลโดยเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย/ผลสำเร็จ ตัวชี้วัด วิธีการวัดผล วิธีการดำเนินงาน ระยะเวลาดำเนินการ ระบบหรือวิธีการ จัดเก็บข้อมูล และวิธี การติดตามประเมินผลการดำเนินงานที่คณะทำงานภาคประชาชน ร่วมกัน กำหนดกับ อย. พบว่าผลการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด และวิธีการวัดผล ที่ตั้งไว้ โดยมีจำนวนคณะทำงานภาคประชาชนที่เข้าร่วมโครงการมากกว่าร้อยละ 80 และองค์กร เครือข่ายของคณะทำงานภาคประชาชนร่วมดำเนินกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้แก่ประชาชนทั่วไปสำหรับผลการดำเนินงานตามที่กำหนดไว้ในโครงการฯ ได้เผยแพร่ให้ คณะทำงานภาคประชาชนรับทราบผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเว็บไซต์ อย. URL : <http://www.fda.moph.go.th/prac/watch/pcc.shtml> ซึ่งเว็บไซต์ดังกล่าวจะมีข้อมูลความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารรวบรวมไว้ เพื่อเครือข่ายสามารถใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลด้วย

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของ อส.
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๓



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน โดยร่วมมือกับ คณะทำงาน ภาคประชาชน ซึ่งประกอบด้วยผู้ที่มีส่วนได้เสียกับ อย. จากหลายภาคส่วน ทั้งจากผู้ประกอบการ องค์กรภาคประชาชน องค์กรวิชาชีพ สื่อมวลชน ภาควิชาการ และหน่วยงานภาครัฐ โดย อย. ได้เชิญเชิญให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ อย. ทั้งนี้เพื่อให้ได้ประโยชน์แก่ประชาชนผู้บริโภคในวงกว้าง อย. ได้เผยแพร่ ขั้นตอนการทางเว็บไซต์ของ อย. ที่ <http://www.fda.moph.go.th> และทางวารสาร อย. ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยตรงจากกลุ่มที่เป็นเครือข่ายของโครงการ หรือขอรับข้อมูลเป็นเอกสารทางหมายเลขโทรศัพท์ที่ ๐ ๒๕๔๐ ๗๑๒๕ หรือทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ phs@nkg@fda.moph.go.th

กรอบแนวคิด/กรอบแนวทางที่เหมาะสมในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๓ [\[click here\]](#)

โครงการการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้ประชาชนและชุมชน มีความรู้ที่ถูกต้อง เลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย [\[click here\]](#)

คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา [\[click here\]](#)

คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานภาคประชาชน ประจำปีงบประมาณ 2553 [\[click here\]](#)

ประชุมคณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ครั้งที่ ๑/๒๕๕๓ วันที่ ๑๑ มกราคม ๒๕๕๓ [\[click here\]](#) (สามารถดูรูปบรรยากาศการประชุมได้ที่ [\[click here\]](#))

ประชุมคณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ครั้งที่ ๒/๒๕๕๓ วันที่ ๒๔ มกราคม ๒๕๕๓ [\[click here\]](#)

ประชุมคณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงาน ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๕๓ [\[click here\]](#) (สามารถดูรูปบรรยากาศการประชุมได้ที่ [\[click here\]](#))

ประชุมคณะทำงานภาคประชาชน และคณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ครั้งที่ ๑/๒๕๕๓ วันที่ ๒๐ เมษายน ๒๕๕๓ [\[click here\]](#) (สามารถดูรูปบรรยากาศการประชุมได้ที่ [\[click here\]](#))

ประชุมคณะทำงานภาคประชาชน ครั้งที่ ๒/๒๕๕๓ วันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๕๓ [\[click here\]](#) (สามารถดูรูปบรรยากาศการประชุมได้ที่ [\[click here\]](#))

ประชุมสัมมนาเรื่อง รอบรู้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร วันที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๕๓ [\[click here\]](#) (สามารถดูรูปบรรยากาศการประชุมได้ที่ [\[click here\]](#))

คณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา และคณะทำงานภาคประชาชนได้ร่วมกันพิจารณาถึงปัจจัยสนับสนุน อุปสรรคต่อการดำเนินการ ตลอดจนข้อเสนอแนะการดำเนินโครงการ เพื่อประโยชน์ต่อการ พัฒนาการดำเนินงานพบว่าคณะทำงานภาคประชาชนได้ แสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางสำหรับการ ดำเนินการในปีต่อไป สามารถสรุปได้ดังนี้

1. เห็นควรจัดทำโครงการมอบรางวัลแก่สื่อมวลชนที่สนับสนุนข้อมูลการเผยแพร่ความรู้ด้าน ผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยดำเนินโครงการภายใต้การดำเนินงานของคณะทำงานภาคประชาชน และให้มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้รับรางวัลที่ชัดเจน
2. ควรจัดประกวดกิจกรรมเกี่ยวกับการเฝ้าระวังฯ สำหรับงานโครงการ อย. น้อย
3. เห็นควรนำภาพนิ่ง หรือวิดีโอ การดำเนินงานของ อย. น้อย ไปเผยแพร่ในรายการประจำ ทางเคเบิลทีวี หรือโทรทัศน์ดาวเทียม ที่ทางคณะทำงานภาคประชาชนเห็นชอบให้ดำเนินโครงการ รวมทั้งการขอความร่วมมือสถานีเคเบิลท้องถิ่นประชาสัมพันธ์ภาพนิ่งพร้อมข่าวของ อย. น้อย

4. ได้เสนอให้คณะกรรมการภาคประชาชนควรมีผู้แทนจากภาคการศึกษาระดับโรงเรียน



สำหรับปัจจัยสนับสนุนการดำเนินการ คือ

1. องค์ประกอบของคณะกรรมการภาคประชาชนมีความหลากหลาย รวมทั้งสามารถแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี ทำให้มีการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ที่กว้างขวาง หลากมุมมอง ทั้งนี้ การสร้างเครือข่ายสนับสนุนจากทุกภาคส่วนมีความจำเป็น เพราะทุกคนต้องบริโภค
2. การดำเนินการ ควรใช้เชิงรุก โดย สื่อทุกระบบ และ บุคคลทุกกลุ่ม
3. เกิดพันธมิตรของ ออย. เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีบุคคลภายนอกมาร่วมรับรู้ขั้นตอนการทำงาน ปัญหา อุปสรรค ในการดำเนินงานของ ออย.
4. การได้รับสนับสนุน ข้อมูลประกอบในการพิจารณาของคณะกรรมการภาคประชาชน รวมถึง การส่งรายงานการประชุมทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสะดวกต่อการดำเนินการและการเผยแพร่
5. เอกสารเผยแพร่มีความหลากหลาย ช่วยให้คณะกรรมการภาคประชาชนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่ได้ดี และ ออย. มีงบประมาณในการผลิตสื่อเพียงพอ สำหรับสนับสนุนให้คณะกรรมการนำไปดำเนินการต่อ
6. คณะกรรมการภาคประชาชนส่วนใหญ่มีความพร้อมและช่องทางในการนำข่าวสารข้อมูลจาก ออย. ไปเผยแพร่

ในส่วนของอุปสรรคต่อการดำเนินการ คือ

1. คณะกรรมการภาคประชาชนขาดความต่อเนื่องในการดำเนินการด้านการเผยแพร่ความรู้ ในช่วงรอยต่อของปีงบประมาณ
2. ระยะเวลาการดำเนินการสั้นเกินไป ควรปรับโดยการวางแผนขยายเวลาการทำงานเป็น 2 ปีงบประมาณ เพื่อให้การดำเนินงานมีความต่อเนื่อง และควรพิจารณาให้ข้อมูลและรายละเอียดแก่ผู้บริโภคมากกว่านี้
3. คณะกรรมการภาคประชาชน ส่วนใหญ่อยู่ส่วนกลาง ทำให้มุมมองส่วนภูมิภาคแคบเกินไป
4. ความหลากหลายของคณะกรรมการภาคประชาชนส่งผลต่อการสื่อความหมายในบางครั้ง
5. กรอบการทำงานของคณะกรรมการภาคประชาชนขาดความชัดเจน ส่งผลให้มีข้อมูลที่ใช้ในการกำหนดประเด็นสำหรับการดำเนินการมีน้อย รวมทั้งขาดเป้าหมายและการวางแผนการทำงานเชิงรุกที่ชัดเจน

6. คณะทำงานภาคประชาชนมีการกิจประจำ ส่งผลให้ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ทุกครั้ง
7. ประชาชนทั่วไปไม่ได้นำทฤษฎีไปปฏิบัติจริง เพราะยังคงจับจ่ายใช้สอยโดยไม่คำนึงผลเสียด้านสุขภาพ จึงเป็นช่องทางสร้างรายได้ของผู้ฉกฉวยโอกาส รวมทั้งยังขาดจิตสำนึกและความรับผิดชอบตนเองและสังคม
8. การดำเนินการให้ความรู้เน้นการเผยแพร่สื่อมากกว่าการฝึกอบรม
9. สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ไม่น่าสนใจ และไม่ส่งผลต่อการเฝ้าระวังพฤติกรรมเบี่ยงเบนหรือไม่สามารถช่วยให้ประชาชนมีศักยภาพในการดูแลตนเองและครอบครัวในเรื่องการเลือกซื้อ การบริโภค การเก็บรักษา และการเตรียมอาหารอย่างถูกต้อง
10. การดำเนินการใช้กรอบเวลาและงบประมาณเป็นตัวกำหนดกิจกรรม มากกว่ามุ่งสู่ความสำเร็จในการยกระดับมาตรฐานผู้บริโภค หรือผู้ผลิตให้มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารที่พึงประสงค์

2. โครงการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่โดยร่วมมือกับเครือข่าย

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้จัดทำโครงการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค พัฒนารูปแบบการทำงานและการประสานงานระหว่างเครือข่ายผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยง และช่วยให้เกิดความร่วมมือกันในการผลักดัน ให้เกิดผลสำเร็จในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ดีขึ้นและครอบคลุมยิ่งขึ้น เพื่อคุ้มครองประชาชนในการเลือกซื้อ เลือกบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสมและปลอดภัย ซึ่งได้ดำเนินกิจกรรมในปีงบประมาณ 2553 ดังนี้

1. จัดทำโครงการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่โดยความร่วมมือกับเครือข่าย ประจำปีงบประมาณ 2553
2. ประชุมคณะกรรมการส่งเสริมและประสานการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ประกอบด้วย ผู้แทนประเทศ ผู้แทนภาค และผู้แทนเขตตรวจราชการ 18 เขต ในวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2553 ณ โรงแรมริชมอนด์ นนทบุรี



3. สนับสนุนงบประมาณและการทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสาธารณสุขจังหวัด (4 ภาค) จำนวน 4 โครงการ
4. ติดตามผลการดำเนินงานของ สสจ.ทั่วประเทศ
5. จัดจ้างมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการประเมินผลโครงการ

สรุปผลการประเมิน

- **การติดตามผลการทำกิจกรรมเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสาธารณสุขจังหวัด** (จากการส่งแบบสอบถาม และการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพิ่มเติม จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดที่ให้ข้อมูลทั้งหมด 58 จังหวัด) พบว่ามีการดำเนินกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสาธารณสุขจังหวัด จำนวนทั้งหมด 50 จังหวัด การดำเนินกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสาธารณสุขจังหวัดนั้นส่วนมากมีระยะเวลาในการดำเนินการมาแล้วทั้งหมด 4-6 ปี จำนวน 14 จังหวัด รูปแบบของการดำเนินกิจกรรมส่วนมากจัดในรูปของการจัดเป็นชมรม สมาคม คณะกรรมการ หรือกลุ่มบุคคล จำนวน 42 จังหวัด วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคนั้น มุ่งเน้นการดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพมากที่สุด และการดูแลด้านการบริโภค หรือความปลอดภัยด้านอาหาร ด้านกิจกรรมเน้นการให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และการตรวจสอบ ติดตาม โดยกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มนักเรียน/วัยรุ่น และองค์กรหน่วยงานที่เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายมากที่สุดคือหน่วยงานของรัฐ เช่น โรงเรียน สถาบันการศึกษา รองลงมาเป็นหน่วยงานภาคเอกชน เช่น โรงงานอุตสาหกรรม ส่วนคณะบุคคล หรือบุคคลที่เข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายมากที่สุดคือนักเรียนในโครงการ อย. น้อย ครูอาจารย์ และผู้บริหารโรงเรียน ซึ่งทุกจังหวัดได้งบประมาณมาจากหน่วยงานต้นสังกัด
- **การจัดทำระบบฐานข้อมูลเครือข่ายการทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด** พบว่าฐานข้อมูลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน สามารถใช้ได้สะดวก รวดเร็ว ค้นหาข้อมูลตามที่ต้องการได้ง่าย และสามารถปรับปรุงฐานข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา
- **การถอดบทเรียนและพัฒนาารูปแบบการทำกิจกรรมเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสาธารณสุขจังหวัด** การสังเคราะห์รูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านเครือข่าย มีลักษณะกระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งรูปแบบมีโครงสร้างและกลไก ตามรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านเครือข่ายด้วยกระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ที่เป็นการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยสอดแทรกในงานด้านสุขภาพของประชาชนอย่างเป็นองค์รวม และยึดหลักสิทธิผู้บริโภค 5 ด้านเป็นสำคัญ โดยมีจุดมุ่งหมายของการสร้างเครือข่าย คือ สร้างจิตสำนึกประชาสังคม โครงสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคหลักที่สำคัญ 3 ระดับ คือ หน่วยงานระดับจังหวัด หน่วยงานระดับท้องถิ่น และภาคประชาชน โครงสร้างกลุ่มเครือข่ายหรือกลุ่มประชาสังคมคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง โครงสร้างของการรวมตัวกันอาจเป็นการรวมตัวที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ซึ่งแต่ละระดับมีบทบาทหน้าที่แตกต่างกัน

3. โครงการส่งเสริมจริยธรรมสถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ (อย. Quality Award)

เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย มีคุณภาพมาตรฐาน โดยใช้มาตรการต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งหนึ่งในมาตรการนั้น คือ การส่งเสริมผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ ที่จะพัฒนาปรับปรุงสถานที่ผลิตให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ปราศจากสารปนเปื้อน มีข้อความในฉลากครบถ้วน มีการโฆษณาที่ถูกต้องให้ข้อมูลครบถ้วนตามความเป็นจริง รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบกิจการ โดยการพัฒนาสถานที่ผลิตให้ทันสมัยได้มาตรฐานอยู่เสมอ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก หากสถานประกอบการมีจิตสำนึกถึงความรับผิดชอบต่อชีวิตและความปลอดภัยของผู้บริโภค มีคุณธรรมและจริยธรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยสู่ประชาชน ก็จะช่วยลดปัญหาอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพต่าง ๆ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค การส่งเสริมจริยธรรมสถานประกอบการด้วยการมอบรางวัล อย. Quality Award เพื่อกระตุ้นจิตสำนึก เป็นกำลังใจกับสถานประกอบการที่ทำดี และเป็นแบบอย่างให้กับสถานประกอบการอื่น ๆ ซึ่งได้ดำเนินกิจกรรมในปีงบประมาณ 2553 ดังนี้



รางวัลเชิดชูเกียรติ



1. แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดคุณสมบัติ เกณฑ์การคัดเลือก เกณฑ์การตัดสิน และการมอบรางวัลสถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพดีเด่น
2. จัดตั้งคณะกรรมการคัดเลือกสถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ มีคุณธรรมและจริยธรรม
3. จัดจ้างเอกชนที่ชำนาญการเพื่อจัดงานมอบรางวัล ออย.Quality Award 2553 และประชาสัมพันธ์การมอบรางวัลดังกล่าว เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงการส่งเสริม จริยธรรมสถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ
4. จัดทำหนังสือเชิญชวนการรับสมัครเข้าร่วมคัดเลือกเพื่อรับรางวัล ออย.Quality Award ปี 2553
5. ประชาสัมพันธ์เชิญชวนการรับสมัครเข้าร่วมคัดเลือกเพื่อรับรางวัล ออย.Quality Award ปี 2553
6. ผลิตชิ้นงานประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ เรื่อง “เปิดฉากประกวด Quality Award ประจำปี 2553 ส่งเสริมจริยธรรมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ” ทางหนังสือพิมพ์ รวม 5 ฉบับ/5 ครั้ง
7. สกู๊ปข่าว รายการเที่ยงวันทันเหตุการณ์ ช่อง 3 / 1 ครั้ง
8. ข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 ข่าว
9. รายการสนทนาทางสถานีโทรทัศน์ ในรายการเที่ยงวันทันเหตุการณ์ ช่อง 3 และ รายการจัดประเด็นข่าวร้อน ช่อง 5
10. มอบรางวัล ออย.Quality Award 2010 ให้แก่สถานประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่โดดเด่นด้านจริยธรรมและมีการประกอบกิจการที่ดีจากทั่วประเทศ รวม 22 รางวัล ทั้งอาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุดิบทรายที่ใน บ้านเรือน และผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน ณ หอประชุมเล็ก ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2553 ดังนี้

● สถานประกอบการด้านอาหาร จำนวน 5 ราย

1. บริษัท ซีพีเอฟ ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด กรุงเทพฯ
2. บริษัท ผลิตภัณฑ์อาหารกว้างไพศาล จำกัด (มหาชน) จ.ตรัง
3. บริษัท เพอร์ซิเดนซ์ เบเกอรี่ จำกัด (มหาชน) กรุงเทพฯ
4. บริษัท สยามราชบุรีอุตสาหกรรม จำกัด จ.ราชบุรี
5. บริษัท เอฟแอนด์เอ็น แดรี่ส์ (ประเทศไทย) จำกัด จ.

พระนครศรีอยุธยา

● สถานประกอบการด้านยา จำนวน 5 ราย

1. บริษัท บางกอกแล็ป แอนด์ คอสเมติก จำกัด จ.ราชบุรี
2. บริษัท ยูเมต้า จำกัด กรุงเทพฯ
3. บริษัท ห้าตะขาบ (ซิมเทียนฮ้อ) จำกัด กรุงเทพฯ
4. บริษัท อาร์เอ็กซ์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด จ.นครปฐม
5. บริษัท เอ็ม แอนด์ เอช แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด จ.สมุทรปราการ

- สถานประกอบการด้านเครื่องสำอาง จำนวน 4 ราย
 1. บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด จ.สมุทรปราการ
 2. บริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล แมนูแฟคเจอริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จ.ฉะเชิงเทรา
 3. บริษัท แพน ราชเทวี กรู๊ป จำกัด (มหาชน) จ.สมุทรปราการ
 4. บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด กรุงเทพฯ
- สถานประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์ จำนวน 3 ราย
 1. บริษัท ไทยฮอสพิทอล โปรดักส์ จำกัด จ.นนทบุรี
 2. บริษัท นิโปร (ประเทศไทย) จำกัด จ.พระนครศรีอยุธยา
 3. บริษัท สยามเซมเพอร์เมด จำกัด จ.สงขลา
- สถานประกอบการด้านวัตถุดิบที่ใช้ในบ้านเรือน จำนวน 2 ราย
 1. บริษัท ไบรด์ บิวตี้ แคร่ คอสเมติก จำกัด จ.ฉะเชิงเทรา
 2. บริษัท ไบเออร์ไทย จำกัด จ.สมุทรปราการ
- สถานประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน จำนวน 3 ราย
 1. กลุ่มแม่บ้านท่าทราย จ.ชัยนาท
 2. กลุ่มสตรีอาสาพัฒนาชุมชนบ้านทุ่ง จ.กระบี่
 3. วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว จ.เชียงใหม่



โครงการพัฒนาบุคลากร

1. โครงการอบรม “การบริหารความเสี่ยง”

ด้วยแผนแม่บทพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งเป็นแผนเพื่อพัฒนาขีดความสามารถเชิงสมรรถนะของบุคลากร ให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และมีทักษะในการทำงานที่เหมาะสม ซึ่งการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) เป็นหนึ่งในสมรรถนะของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ที่มีความสำคัญต่อหน่วยงาน ที่ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อเตรียมความพร้อมในการป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นและลดผลกระทบต่อผลสำเร็จของงาน

ทั้งนี้ได้จัดอบรม ณ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค อาคาร 5 ชั้น 6 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2553 ผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมดจำนวน 14 คน จากกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค



2. การพัฒนาบุคลากรเฉพาะด้านพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร (ไปอบรมกับหน่วยงานอื่น)

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร มีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาบุคลากร โดยส่งเจ้าหน้าที่ไปอบรมในหัวข้อต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติและเรื่องที่น่าสนใจ ในปีงบประมาณ 2553 บุคลากรกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร จำนวน 17 ราย เข้ารับการอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ จำนวน 12 หลักสูตร ตั้งแต่เดือนมีนาคม – พฤศจิกายน 2553 ดังนี้

1. เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารงานธุรการอย่างมืออาชีพ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2553 จำนวน 2 ราย
2. การติดตามประเมินผลโครงการ : โครงการปฏิบัติการพัฒนาปรับปรุงงานมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 16-19 มีนาคม 2553 จำนวน 2 ราย
3. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารพัสดุภาครัฐ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 22-24 มีนาคม 2553 จำนวน 1 ราย
4. การวิจัยและงานพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เมื่อวันที่ 7-9 เมษายน 2553 จำนวน 2 ราย
5. เทคนิคการเขียนหนังสือราชการและรายงานการประชุม ศูนย์พัฒนาทรัพยากรบุคคล เมื่อวันที่ 24-25 เมษายน 2553 จำนวน 2 ราย
6. เพิ่มศักยภาพการทำงานด้วยความคิดเชิงบวก สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2553 จำนวน 2 ราย
7. การเจรจาต่อรองในศตวรรษที่ 21 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เมื่อวันที่ 1-4 มิถุนายน 2553 จำนวน 1 ราย
8. การพัฒนาความคิดเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2553 จำนวน 1 ราย
9. เทคนิคการเขียนเพื่อนำเสนอย่างมีประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 9-11 มิถุนายน 2553 จำนวน 1 ราย
10. การจัดความรู้ในองค์กรสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม 2553 จำนวน 1 ราย
11. ธรรมเนียมปฏิบัติของผู้บริหารระดับกลาง สถาบันพระปกเกล้า วันที่ 15 กรกฎาคม – 30 พฤศจิกายน 2553 จำนวน 1 ราย
12. การพัฒนาความคิดอย่างเป็นระบบ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 30-31 สิงหาคม 2553 จำนวน 1 ราย

กิจกรรมในการดำเนินงานครบรอบ 35 ปี สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการดำเนินงานคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยดำเนินมาตรการทุกวิถีทางทั้งด้านกำกับ ดูแล ตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ได้มาตรฐาน และปลอดภัย มุ่งสร้างเครือข่ายการทำงานแบบมีส่วนร่วม รวมทั้งมุ่งยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการ พัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ให้ได้รับความรู้และมีพฤติกรรมบริโภคที่ถูกต้อง รู้เท่าทันโฆษณา และมีส่วนร่วมในการตรวจสอบ โดยการร้องเรียนแจ้งเบาะแสผู้กระทำผิดกฎหมายหรือพบเห็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ปลอดภัยแก่หน่วยงานราชการ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่องานคุ้มครองผู้บริโภค และเศรษฐกิจของประเทศ ในวาระโอกาสที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สถาปนาครบรอบ 35 ปี ในวันที่ 11 ธันวาคม 2552 ของการปฏิบัติงานเพื่อประชาชน ดังนั้น การจัดให้มีกิจกรรมงานครบรอบ 35 ปี ออย.ขึ้น เพื่อสะท้อนให้เห็นแนวทางการทำงานของ ออย. ที่ดำเนินการเพื่อคนไทยตลอดระยะเวลา 35 ปี ที่ได้ปกป้องคุ้มครองประชาชนให้ได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยและมีคุณภาพชีวิตที่ดี ประกอบกับ ออย.ได้จัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังและรับเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพขึ้นเป็นหน่วยงานใหม่ โดยปฏิบัติหน้าที่เฝ้าระวังการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ อีกทั้ง รวบรวมและประมวลข้อร้องเรียนต่าง ๆ จากประชาชนผู้บริโภค เพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบให้เสร็จทันท่วงที



ทั้งนี้ ในงานครบรอบ 35 ปี ออย.ได้จัดขึ้นเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2553 ณ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยจัดให้มีกิจกรรม ดังนี้

- เปิดศูนย์เฝ้าระวังและรับเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- การจัดแสดงนิทรรศการผลงาน 35 ปี ออย. และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- การบริการตรวจสอบสารปนเปื้อน โดยรถตรวจสอบเคลื่อนที่ (Mobile unit)
- การมอบโล่ ประกาศเกียรติคุณแก่เครือข่ายที่ให้การสนับสนุนงานคุ้มครองผู้บริโภค
- การจัดประกวดร้องเพลงและเต้นประกอบเพลง “จะดำให้ดู (ดี)”



ส่วนที่ 4

วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

ผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงานตามแผน

1. งบประมาณ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครได้รับจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์คุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ ภายใต้กลยุทธ์ “สร้างกระแสสังคม พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้สามารถคุ้มครองตนเองได้” ในผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ซึ่งในปีงบประมาณ 2553 ได้รับจัดสรรจำนวน 66,174,900 บาท มีผลเบิกจ่ายงบประมาณจำนวน 104,821,001.47 บาท ในส่วนของงบประมาณที่มีการเบิกจ่ายเกินได้รับจัดสรรจากงบกลางจำนวน 27,008,135.75 บาท งบจากกองอื่น ๆ จำนวน 310,724.52 บาท และงบโอนให้ สสจ. จำนวน 10,646,00 บาท

2. ผลสัมฤทธิ์

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ปฏิบัติตามราชการตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 ด้วยวงเงินงบประมาณทั้งสิ้น 93,493,760.27 บาท ภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินงานพบว่า สามารถดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยปรากฏผลสัมฤทธิ์ในแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	- ร้อยละ 90 ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - 281 เรื่อง / 323 ครั้ง ที่มีการถ่ายทอดความรู้	100%	- ดำเนินงานประเมินผล เพื่อหาร้อยละของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2553” พบว่าร้อยละ 92.5 ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - ดำเนินการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวน 457 เรื่อง/550ครั้ง

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
- การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค			
1. ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน		100%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
1.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์	20 เรื่อง / 40 ครั้ง	105%	มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อโทรทัศน์ ดังนี้ - รายการสารคดี เผยแพร่ทางช่องโมเดิร์นไนน์ทีวี และ NBT จำนวน 21 เรื่อง รวม 40 ครั้ง
1.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ	10 เรื่อง / 20 ครั้ง	300%	มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อวิทยุ ดังนี้ - รายการสารคดี เผยแพร่ทางสถานีวิทยุ จำนวน 30 เรื่อง รวม 90 ครั้ง
1.3 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านคอลัมน์หนังสือพิมพ์	20 เรื่อง / 40 ครั้ง	100%	มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านทางคอลัมน์การ์ตูนทางหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก ข่าวสด และมติชน จำนวน 20 เรื่อง รวม 60 ครั้ง
2. เผยแพร่ความรู้ผ่านสื่ออื่น		100%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
2.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสายด่วน อย.1556	20 เรื่อง / 20 ครั้ง	280%	มีการดำเนินการพัฒนาระบบ และปรับปรุงดูแลระบบสายด่วน อย. 1556 รวมทั้งผลิตและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสายด่วน อย.1556 จำนวน 56 เรื่อง
2.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้พร้อมพัฒนาเว็บไซต์	36 เรื่อง / 36 ครั้ง	200%	มีการดำเนินการพัฒนา ดูแล เว็บไซต์ oryor.com และเป็นคลังข้อมูลขนาดใหญ่ ที่เก็บสื่อ มีเดียหลากหลายรูปแบบของ อย.

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			โดยมีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ง่ายต่อการค้นหา และสามารถดาว โหลดเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้ รวมทั้งได้มีการผลิตและเผยแพร่ ความรู้ผ่านเว็บไซต์ดังกล่าว จำนวน 72 เรื่อง
2.3 ผลิตและเผยแพร่ผ่านจุลสาร จดหมาย ข่าว	12 เล่ม	100 %	มีการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ ดังนี้ - จดหมายข่าว “อย. Report” เป็น ประจำทุกเดือน และเผยแพร่ไปยัง ทั่วประเทศ
2.4 ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ	60 เรื่อง / 10 ครั้ง	158.33%	มีการผลิตและเผยแพร่ชุด นิทรรศการ ชุด "เรื่อนำรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ" จำนวน 2,700 ชุด ๆ ละ 15 แผ่น และผลิต นิทรรศการเพื่อจัดแสดง ณ อย. และหน่วยงานอื่น ๆ ที่ขอ สนับสนุน จำนวน 80 เรื่อง รวม 35 ครั้ง
2.5 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่นพับ	1 เรื่อง / 1 ครั้ง	100%	มีแผ่นพับ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งได้ ดำเนินการเผยแพร่ไปยังทั่ว ประเทศ โดยผ่านสำนักงาน สาธารณสุขจังหวัด
สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย			
1. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน			ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
1.1 ผลิตและเผยแพร่สื่อบุคคล/ข้อมูล เร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์	7 เรื่อง/ 14 ครั้ง	242.86%	มีการดำเนินการผลิตและ เผยแพร่สื่อบุคคล/ข้อมูลเร่งด่วน ทางสื่อโทรทัศน์ จำนวน 17 เรื่อง รวม 17 ครั้ง
1.2 ผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุกและ เรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์	7 เรื่อง / 42 ครั้ง	257.14%	มีการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วน ทางหนังสือพิมพ์ ได้แก่ มติชน

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			เดลินิวส์ คมชัดลึก ข่าวสด สยามรัฐ และโพสต์ทูเดย์ จำนวน 18 เรื่อง รวม 72 ครั้ง
2. ประชาสัมพันธ์ทั่วไป		100 %	ดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมาย และตัวชี้วัดที่วางไว้
2.1 ตรวจวิเคราะห์ข่าว			ดำเนินการตรวจวิเคราะห์ข่าวทุก วัน รวม 13,818 เรื่อง
2.2 แฉลงข่าว / ผลิตข่าวแจก	100 เรื่อง / 100 ครั้ง	127%	ดำเนินการแฉลงข่าว 34 เรื่อง / ผลิตข่าวแจก 93 เรื่อง รวม 127 เรื่อง
รณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	ร้อยละ ของ ผู้บริโภคที่ มี พฤติกรรม การ บริโภค ผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ ถูกต้อง (ร้อยละ 82)	99.76%	ดำเนินการประเมินผล เพื่อหา ร้อยละของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การ ประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนา ศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนา ศักยภาพผู้บริโภค ปี 2552” พบว่าร้อยละ 81.8 ผู้บริโภคที่มี พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ถูกต้อง ไม่บรรลุตาม ตัวชี้วัดที่วางไว้
1. โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรม ที่ถูกต้องด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	4 โครงการ	125 %	
1.1 โครงการ อย.น้อย	1 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้ (ร้อยละ 70 ของนักเรียนมี พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ถูกต้อง) พบว่า ร้อยละ 75.90 ของนักเรียนที่มีพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ ถูกต้อง

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
1.2 โครงการอาหารปลอดภัย	1 โครงการ		การดำเนินงานสำเร็จตามแผนและสามารถบรรลุตามตัวชี้วัดที่วางไว้ (ร้อยละ 70 ของประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง เหมาะสม) พบว่า ร้อยละ 74.8 ของประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง เหมาะสม
1.3 โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย	1 โครงการ	100 %	- การดำเนินงานสำเร็จตามแผนแต่ไม่สามารถบรรลุตามตัวชี้วัดที่วางไว้ (ร้อยละ 85 ประชาชนสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงได้อย่างถูกต้อง) พบว่า ร้อยละ 84.6 ของประชาชนสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงได้อย่างถูกต้อง
1.4 โครงการรณรงค์แก้ไขปัญหาการใช้ยาปฏิชีวนะไม่เหมาะสม (โครงการคนไทยซื้อ บริโภค ปลอดภัย)	1 โครงการ	100%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามแผนที่ตั้งไว้
1.5 โครงการคนไทย ซื้อ บริโภค ปลอดภัย		100%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามแผนที่ตั้งไว้
2. โครงการวิจัยเพื่องานพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค	1 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
2.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค	1 เรื่อง	100 %	ดำเนินการวิจัยเพื่อประเมินผลการดำเนินงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในภาพรวม โดยมีผลการศึกษา ดังนี้ - ร้อยละ 99.7 ของผู้บริโภครับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของ ออย. - ร้อยละ 84.1 ของประชาชนมี

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			ความพึงพอใจกับการดำเนินงานของ อย.ในภาพรวม - ร้อยละ 93.6 ของผู้บริโภคมั่นใจต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจาก อย. - ร้อยละ 92.5 ของประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง - ร้อยละ 81.8 ของประชาชนมีพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง
3. โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน	2 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
3.1 โครงการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่โดยร่วมมือกับเครือข่าย	1 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายตัวชี้วัดที่วางไว้
3.2 โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน	1 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายตัวชี้วัดที่วางไว้ โดยคณะทำงานโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาร่วมกับคณะทำงานภาคประชาชนดำเนินโครงการการมีส่วนร่วมพัฒนาให้ผู้บริโภคมีความรู้ และมีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพประจำปี 2553
4. โครงการพัฒนาเพื่องานคุ้มครองผู้บริโภค	2 โครงการ	100 %	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
4.1 โครงการพัฒนาบุคลากร		100 %	
- โครงการอบรม “การบริหารความเสี่ยง”		100 %	ดำเนินงานโครงการจัดอบรม

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			เจ้าหน้าที่กองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภคร่วม เรื่อง การบริหารความ เสี่ยง” จำนวน 14 คน
- การพัฒนาบุคลากรเฉพาะทางด้าน พัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (ไปอบรมกับ หน่วยงานอื่น)		100 %	เจ้าหน้าที่กองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภคร่วม เข้ารับการอบรมหลักสูตร ต่าง ๆ จากหน่วยงานภายนอก จำนวน 12 หลักสูตร รวม 17 ราย ซึ่งทำให้เจ้าหน้าที่ที่ได้รับการ อบรมได้รับความรู้ สามารถนำไป ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานด้าน พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

1. ข้อจำกัดด้าน งบประมาณ แม้ว่าจะได้รับงบประมาณค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับ
หน่วยงานอื่น ๆ ในกระทรวงสาธารณสุขก็ตาม แต่เมื่อคำนึงถึงภาระหน้าที่ที่ต้องคุ้มครอง
ผู้บริโภคจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน และการต่อสู้
ด้านข้อมูลข่าวสารกับผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีเม็ดเงินในการโฆษณาสูงสุด
แล้ว จะพบว่า งบประมาณของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ที่ได้รับนั้นไม่เพียงพอต่อการ
เผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง เนื่องจากสื่อบาง
สื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ง่ายและทั่วถึง จะต้องใช้งบประมาณสูงมาก เช่น สื่อโทรทัศน์
 เป็นต้น
2. ด้านความต่อเนื่องของโครงการต่างๆ ผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้มีการพัฒนา
สินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ออกมาต่อเนื่องกันตลอดเวลา ในขณะที่ กองพัฒนาศักยภาพ
ผู้บริโภค ไม่สามารถเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนได้อย่างต่อเนื่อง จาก
ข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณและกฎระเบียบในการใช้จ่ายงบประมาณ
3. ด้านบุคลากร เนื่องจากปริมาณงาน ซึ่งจะเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ความ
หลากหลายและจำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในท้องตลาด จำนวนโรคภัยที่ต้องให้
ความรู้และทำความเข้าใจกับผู้บริโภค ความก้าวหน้าหรือนวัตกรรมทางการแพทย์ที่มี
ผลกระทบต่อผู้บริโภค แต่อัตรากำลังของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค กลับมีแนวโน้มลดลง
อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปริมาณงานไม่สมดุลกับอัตรากำลัง ทำให้กองไม่สามารถเผยแพร่
ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนได้ตามที่ควรจะเป็น
4. การเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายอาจจำกัดวงแคบกว่าที่ควรจะเป็น เนื่องจากต้องจัดสรรสื่อ
ให้เหมาะสมกับงบประมาณที่ได้รับ

5. การพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคให้มีการปฏิบัติที่ถูกต้องเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา และทำได้ยาก เนื่องจากพฤติกรรมกรรมการบริโภคบางพฤติกรรมสืบทอดกันทางธรรมเนียมปฏิบัติ เช่น การบริโภคอาหารสุกสุกดิบดิบ เป็นต้น อีกทั้งการมีสิ่งเร้าให้มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้องอยู่ตลอดเวลา เช่น สินค้าใหม่ ๆ กับการโฆษณาชวนเชื่อ เป็นต้น
6. พฤติกรรมการบริโภคของแต่ละกลุ่มอายุ กลุ่มความรู้ กลุ่มฐานะ มีความแตกต่างกัน ดังนั้น การพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคของแต่ละกลุ่ม อายุ เพศ ต้องมีกลวิธีที่แตกต่างและหลากหลาย ซึ่งควรใช้บุคลากรมืออาชีพและงบประมาณที่สูง จึงจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
7. การดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลงตามนโยบายของกระทรวงสาธารณสุข ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงการฯ และแนวทางการรณรงค์ ในระหว่างปีงบประมาณ ทำให้มีข้อจำกัดในการรณรงค์ในการให้ความรู้ รวมถึงเครื่องมือในการประเมินผลการดำเนินงานดังกล่าวได้ดำเนินการไปแล้วก่อนการปรับเปลี่ยน ทำให้เครื่องมือกับการดำเนินงานไม่ได้ไปในแนวทางเดียวกัน
8. ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคเพื่อให้มีความรู้ และมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อ เลือกบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้องนับเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการติดต่อทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลหลายด้าน ทั้งด้านบวกและด้านลบของผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถตัดสินใจในการเลือกบริโภคสินค้าได้อย่างคุ้มค่า สมประโยชน์ แม้รัฐบาลจะต้องลงทุนในเรื่องของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รวมถึงการรณรงค์ ซึ่งใช้งบประมาณค่อนข้างสูง เนื่องจากต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการแพง แต่ก็นับได้ว่าคุ้มค่า เมื่อเทียบกับการสูญเสียทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการไม่รู้เท่าทันการโฆษณา การสูญเสียชีวิต เวลาและโอกาสในการรักษาโรคที่เกิดจากการหลงเชื่อหรือรับทราบข้อมูลจากผู้ประกอบการเพียงด้านเดียว นอกจากนี้ การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพโดยทำให้ประชาชนมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ถูกต้องจะส่งผลให้ประชาชนมีสุขภาพดี แข็งแรง สมบูรณ์ ลดภาระของรัฐบาลในการรักษาโรคเรื้อรังได้

ดังนั้น งบประมาณในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จึงควรพิจารณาโดยคำนึงถึง ปริมาณ สภาพความรุนแรงและขนาดของปัญหา ผลลัพธ์หรือ กระแสที่ต้องการให้เกิดกับประชาชนในวงกว้าง อีกทั้งยังควรต้องคำนึงถึงจำนวนและศักยภาพของผู้ประกอบการที่หน่วยงานต้องรับมือในการต่อสู้ด้านข้อมูลข่าวสารด้วย ซึ่งงบประมาณดังกล่าวควรจะต้องเพียงพอสำหรับการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง เพื่อรับมือกับผู้ประกอบการซึ่งมีจำนวนมาก ราย มีการแข่งขันสูง มีงบประมาณในการโฆษณาสูงและต่อเนื่องตลอดทั้งปีด้วย

แนวทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2554

1. ปรับรูปแบบการดำเนินงาน โดย มุ่งเน้นในการขยายเครือข่ายให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค
2. เพิ่มช่องทาง / สื่อใหม่ ๆ เช่น Social media ให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์

ภาคผนวก

กองพัฒนาสุขภาพผู้บริโภค

ผลผลิต/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ												รหัสกิจกรรม (11) หลัก	งบประมาณ ดำเนินการ (บาท)
				คค	พค	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	กช	กย		
แผนงานที่ 1: พัฒนาสุขภาพด้านสาธารณสุข ผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภค ได้รับความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	ร้อยละของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องจำนวนเรื่อง/ครั้ง ที่มีการถ่ายทอดองค์ความรู้	281/323	เรื่อง/ครั้ง														
กิจกรรมที่ 2.1: ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน ผลิตภัณฑ์สุขภาพ		50/100	เรื่อง/ครั้ง														
การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค		20/40	เรื่อง/ครั้ง													08070900112	2,500,000.00
1. ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน		10/20	เรื่อง/ครั้ง													08070900212	800,000.00
1.1 ผลัดและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์																	
- รายการสารคดี 2-3 นาทีเผยแพร่เรื่องละ 2 ครั้ง																	
1.2 สารคดีวิทยุ 1 นาที (Network)																	
1.3 ผลัดและเผยแพร่ความรู้ผ่านหนังสือพิมพ์		20/40	เรื่อง/ครั้ง													08070900312	2,000,000.00
- คำคัดค้านงานและคำข้อพิพาทที่หนังสือพิมพ์ ขนาด 12X5 คอลัมน์นี้วัน ข่าว-คำ ตีพิมพ์ 2 ฉบับ ภาย 20 ครั้ง																	
2. ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่ออื่น		117/67	เรื่อง/ครั้ง														
2.1 ผลัดและเผยแพร่ความรู้ผ่านสายด่วน อย. 1556		20/20	เรื่อง/ครั้ง													08070900412	1,000,000.00
2.2 ผลัดและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ และคำตัดแปลงงานชิ้นเว็บไซต์		36/36	เรื่อง/ครั้ง													08070900512	600,000.00
2.3 ผลัดและเผยแพร่ผ่านจุลสาร จัดหมายข่าว บทความรู้																	
- จัดหมายข่าว เดือนละ 1 ฉบับ ภาย 31250 เล่ม		12	ฉบับ													08070900612	1,700,000.00
2.4 ผลัดและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ																	

ผลผลิต/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ												รหัสกิจกรรม (11) หลัก	งบประมาณ ดำเนินการ (บาท)					
				คค	พช	ธค	มค	กพ	มีค	เมษ	พค	มิย	กค	สค	กย							
ผลผลิต/กิจกรรม ผลิตชุดนิทรรศการ 10 เรื่อง ๆละ 20 ชุด ผลิตและจัดแสดงนิทรรศการ ณ ออ./จัดทำบอร์ดกิจกรรม 2.5 การผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่นพับ สร้างความรู้ความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย 3. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อผู้ดูแลเรื่องด่วน ผลิตและเผยแพร่สื่อบุโทรทัศน์/เรื่องเร่งด่วน ทางสื่อโทรทัศน์ 7 เรื่องๆ ละ 2 สถานี ผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทาง หนังสือพิมพ์ 7 เรื่อง ๆ ละ 6 ฉบับ 4. ประชาสัมพันธ์ทั่วทั้งไป ตรวจวิเคราะห์ข่าว (ทุกวัน) แลกเปลี่ยนจัดทำข่าวแจก 5. พัฒนาระบบตอบสนทนเรื่องเร่งเรียน ดำเนินการเพื่อตอบสนองเรื่องเร่งเรียน 6. กำกับบริการงานทั่วไป กิจกรรมที่ 2.2 รณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการ บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	ร้อยละของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องจำนวน โครงการณ รงค์ 4 โครงการ	10 50/10 1/1 14/56 7/14 7/42 100/100	เรื่อง/ชุด เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง เรื่อง/ครั้ง														08070900712	600,000.00				
																				08070900812	400,000.00	
																					08070900912	2,500,000.00
																					08070901012	2,500,000.00
																					08070901112	302,500.00
7. โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง 7.1 โครงการ ออ. น้อย		4 4	โครงการ โครงการ															08070901212	90,000.00			
																			08070901312			
																				08070901412	2,729,100.00	
																					08080901504	18,000,000.00

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

ผลผลิต/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ												รหัสกิจกรรม (11) หลัก	งบประมาณ ดำเนินการ (บาท)	
				คค	พช	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย			
7.2 โครงการอาหารปลอดภัย																08080901604	7,000,000.00	
7.3 โครงการอาหารแห้งเชิงยา																	08080901704	7,000,000.00
7.4 โครงการรณรงค์แก้ไขปัญหาคาไรโซนา																	08080901804	6,288,300.00
ไม่เหมาะสม																		
8. โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาแรงงานผู้บริโภค		1	โครงการ														08080901903	1,400,000.00
8.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาทัศนคติของผู้บริโภค																		
ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค																		
9. การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน		2	โครงการ															
9.1 โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ																	08080902004	729,000.00
สร้างเสริมการบริโภคที่เหมาะสม																		
9.2 โครงการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่																	08080902104	4,000,000.00
โดยร่วมมือกับเครือข่าย																		
9.3 ออ. Quality Award		1	ครั้ง															
10. ออมกับหน่วยงานอื่น		21	คน														08080902204	100,000.00
11. กิจกรรมในการดำเนินงานครบรอบ 35 ปี																	08080902312	1,936,000.00
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (ได้รับงบกลาง)																		
12. จัดตั้งแผนรณรงค์เกี่ยวกับการเลือกซื้อกระเช้า																	08080902412	2,000,000.00
ของขวัญปีใหม่ ทางสถานีโทรทัศน์ (ใช้งบกลาง)																		
รวม :													รวม :			66,174,900.00บาท		