

รายงานผลการดำเนินงาน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

คำนำ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพ เพื่อการพึ่งพาตนเองได้ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ ให้รับทราบและใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาเลือกซื้อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสมและปลอดภัย รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานฯ ตลอดจนการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมบริโภคที่ถูกต้อง สมประโยชน์ มีสุขภาพที่ดี โดยได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในหลายโครงการและกิจกรรม ได้แก่ การเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค การผลิตสื่อให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ โครงการ อย.น้อย โครงการอาหารปลอดภัย โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย เว็บไซต์ oryor.com เป็นต้น ซึ่งโครงการทั้งหมดดังกล่าวดำเนินการสอดประสานกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.2555 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ อย่างจริงจัง

รายงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ฉบับนี้ ได้รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานประจำปีฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเป็นข้อมูลสำคัญ ในการพัฒนาปรับปรุงองค์กรและระบบงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพต่อไป

พฤศจิกายน 2555

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	1
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน	
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ	4
- หน้าที่ความรับผิดชอบ	5
- ความเชื่อมโยงประเด็นยุทธศาสตร์	6
- โครงสร้างการจัดการองค์กร	7
- อัตราค่าจ้าง	10
- ระยะเวลาการดำเนินงาน	13
- งบประมาณการดำเนินการ	13
ส่วนที่ 2 แผนการดำเนินงาน	14
ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินงาน	
ผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	17
กิจกรรมที่ 2.1 ถ่ายทอดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	17
2.1.1 การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค	17
2.1.1.1 ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน	17
2.1.1.1.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์	17
2.1.1.1.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ	19
2.1.1.1.3 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร	20
2.1.1.2 ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่ออื่น	21
2.1.1.2.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสายด่วน อย. 1556	21
2.1.1.2.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ www.oryor.com	24
2.1.1.2.3 จัดทำสื่อการเรียนรู้ระบบ E-Learning	27
2.1.1.2.4 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่นพับ	27
2.1.1.2.5 ผลิตและเผยแพร่จุลสาร อย.Report	27
2.1.1.2.6 ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ	28
2.1.2 สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย	29
2.1.2.1 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน	29
2.1.2.1.1 ผลิตและเผยแพร่สารคดีเชิงข่าว/เรื่องเร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์	29
2.1.2.1.2 ผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์	30
2.1.2.1.3 เผยแพร่ข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM 92.5 MHz.	31

สารบัญ

	หน้า
2.1.2.2 ประชาสัมพันธ์ทั่วไป	33
2.1.2.2.1 ตรวจและวิเคราะห์ข้าว	33
2.1.2.2.2 แกล้งข้าว	33
2.1.2.2.3 จัดทำข้าวทั่วไป	35
2.1.2.2.4 โครงการส่งเสริมจริยธรรมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ สุขภาพ (อย. Quality Award)	41
2.1.3 ผลการดำเนินการเรื่องร้องเรียน	43
กิจกรรมที่ 2.2 รมรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ถูกต้อง	46
2.2.1 โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ถูกต้อง	46
2.2.1.1 โครงการ อย. น้อย	46
2.2.1.2 โครงการอาหารปลอดภัย	49
2.2.1.3 โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย	50
2.2.1.4 โครงการรณรงค์การใช้ยาอย่างเหมาะสม	52
2.2.2 โครงการวิจัยเพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค	53
2.2.3 การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน	53
2.2.3.1 โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงาน ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555	53
2.2.3.2 โครงการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่โดยอาศัยเครือข่าย	56
2.2.4 โครงการพัฒนาเพื่องานคุ้มครองผู้บริโภค	57
2.2.4.1 โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ งานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค	57
2.2.4.2 โครงการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	58
ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ	
- ผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงานตามแผน	59
- ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ	66
- แนวทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2556	67
ภาคผนวก	
- แผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี 2555 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค	69

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 เป็นการรวบรวมผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ส่วนที่ 2 แผนการดำเนินงาน ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินงาน ส่วนที่ 4 วิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้รับจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ภายใต้ยุทธศาสตร์ “ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ปลอดภัย สมประโยชน์” ในผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ได้รับจัดสรรจำนวน 56,638,300 บาท มีผลเบิกจ่ายงบประมาณจำนวน 141,404,430.94 บาท ในส่วนของงบประมาณที่มีการเบิกจ่ายเกินได้รับจัดสรรจากงบกลางจำนวน 84,766,319.10 บาท

ส่วนที่ 2 แผนการดำเนินงาน

สำหรับการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 ประกอบด้วย

- การเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่างๆ
- การประชาสัมพันธ์เชิงรุกและทั่วไป เพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคอย่างปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นต่อ อย. ในฐานะองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน เช่น การแจ้งเบาะแส การร้องเรียน เป็นต้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ การแถลงข่าว เป็นต้น
- การจัดทำโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ
- สร้าง สนับสนุน และพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน เช่น เครือข่าย อย.น้อย เครือข่ายภาคประชาชน เป็นต้น

โดยมีตัวชี้วัด แบ่งออกเป็น ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ และตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ คือ ร้อยละ 91 ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง และร้อยละ 83 ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ คือ จำนวนเรื่อง/ครั้ง ที่มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค จำนวน 354 เรื่อง/540 ครั้ง และจำนวนโครงการที่รณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ถูกต้อง จำนวน 4 โครงการ

ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินงาน

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ปฏิบัติตามราชการตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 โดยได้รับจัดสรรจำนวน 56,638,300 บาท มีผลเบิกจ่ายงบประมาณจำนวน 141,404,430.94 บาท ในส่วนของงบประมาณที่มีการเบิกจ่ายเกินได้รับจัดสรรจากงบกลางจำนวน 84,766,319.10 บาท ภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินงาน พบว่า สามารถดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยปรากฏผลสัมฤทธิ์สรุปได้ ดังนี้



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
กิจกรรมหลักที่ 2.1 ถ่ายทอดองค์ความรู้ ด้านผลิตภัณธ์สุขภาพ	- ร้อยละ 90 ของ ผู้บริโภคที่ มีความรู้ เกี่ยวกับ ผลิตภัณธ์ สุขภาพที่ ถูกต้อง - 354 เรื่อง/ 540 ครั้ง ที่มีการ ถ่ายทอด ความรู้	100.00%	- ดำเนินงานประเมินผล เพื่อหา ร้อยละของผู้บริโภคที่มีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณธ์สุขภาพที่ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การประเมิน ผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค ปี 2555” พบว่าร้อยละ 92.6 ของผู้บริโภคที่มีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณธ์สุขภาพที่ถูกต้อง - ดำเนินการถ่ายทอดความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณธ์สุขภาพผ่านสื่อ ต่าง ๆ จำนวน 472 เรื่อง/1483 ครั้ง
กิจกรรมที่ 2.2 รณรงค์ให้ผู้บริโภคมี พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณธ์สุขภาพที่ ถูกต้อง	ร้อยละ ของ ผู้บริโภคที่ มี พฤติกรรม การ บริโภค ผลิตภัณธ์ สุขภาพที่ ถูกต้อง (ร้อยละ 83)	99.16%	ดำเนินการประเมินผล เพื่อหา ร้อยละของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณธ์สุขภาพที่ ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การ ประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค ปี 2555” พบว่าร้อยละ 82.3 ผู้บริโภคที่มี พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณธ์ สุขภาพที่ถูกต้อง ไม่บรรลุตาม ตัวชี้วัดที่วางไว้
- โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ ถูกต้องด้านผลิตภัณธ์สุขภาพ	4 โครงการ	100.00%	ดำเนินโครงการ อย.น้อย, โครงการอาหารปลอดภัย, โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย และ โครงการรณรงค์แก้ไขปัญหาคาไร ยาปฏิชีวนะไม่เหมาะสม บรรลุ ตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้



ส่วนที่ 4 วิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

สำหรับการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 พบปัญหาอุปสรรค ประกอบด้วย

1. ข้อจำกัดด้านงบประมาณ : งบประมาณของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคที่ได้รับนั้นไม่เพียงพอต่อการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง เนื่องจากสื่อบางสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ง่ายและทั่วถึง จะต้องใช้งบประมาณสูงมาก เช่น สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น
2. ข้อจำกัดด้านบุคลากร : อัตรากำลังของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปริมาณงานไม่สมดุลกับอัตรากำลัง
3. ข้อจำกัดของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม : เนื่องจากการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนให้ถูกต้องเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา และทำได้ยาก อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคบางพฤติกรรมสืบทอดกันทางธรรมเนียมปฏิบัติ เช่น การบริโภคขนมกรุบกรอบ เป็นต้น ประกอบกับการที่ประชาชนต้องเผชิญกับสิ่งเร้าให้มีพฤติกรรมบริโภคที่ไม่ถูกต้อง เช่น สินค้าใหม่ๆ กับการโฆษณาชวนเชื่อ เป็นต้น อยู่ตลอดเวลา ก็เป็นอุปสรรคในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคให้ถูกต้อง

ข้อเสนอแนะ

งบประมาณในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ควรพิจารณาโดยคำนึงถึง ปริมาณ สภาพความรุนแรงและขนาดของปัญหา ผลลัพธ์หรือกระแสที่ต้องการให้เกิดกับประชาชนในวงกว้าง อีกทั้งยังควรต้องคำนึงถึงจำนวนและศักยภาพของผู้ประกอบการที่หน่วยงานต้องรับมือในการต่อสู้ด้านข้อมูลข่าวสารด้วย ซึ่งงบประมาณดังกล่าวควรจะต้องเพียงพอสำหรับการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง เพื่อรับมือกับผู้ประกอบการซึ่งมีจำนวนมาก ราย มีการแข่งขันสูง มีงบประมาณในการโฆษณาสูงและต่อเนื่องตลอดทั้งปีด้วย

แนวทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2556

1. ปรับรูปแบบการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นในการขยายเครือข่ายให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค
2. เพิ่มช่องทาง/สื่อใหม่ๆ เช่น Social media, Mobile application เป็นต้น ให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ รวมทั้งความถี่ในการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด
3. พัฒนาศักยภาพให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ และมีทักษะการใช้ Social Media ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถรับผิดชอบและดูแล Social Media มากขึ้น เพื่อรองรับกับช่องทางที่จะพัฒนาขึ้นใหม่

× × × × ×



กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรที่เป็นเลิศในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้พึ่งพาตนเองได้

พันธกิจ

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

เป้าประสงค์

1. ประชาชนมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างรู้เท่าทัน และพึ่งตนเองได้
2. เครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมีความเข้มแข็ง มีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคอย่างยั่งยืน
3. พัฒนาองค์กรให้มีคุณภาพ บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ มีระบบงานที่มีประสิทธิภาพ สร้างขวัญ กำลังใจและสร้างเสริมวัฒนธรรมองค์กร และภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่เชื่อมั่นของสังคมทุกภาคส่วน

กลยุทธ์

1. เสริมสร้างความรู้ของประชาชนในการเลือกซื้อบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยพัฒนาองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ความรู้ที่หลากหลายทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการระบวงการเผยแพร่ โดยจัดทำฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เข้าถึง และสืบค้นได้ง่าย และสร้างสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค
2. สร้างความตระหนัก และกระแสการบริโภคเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง รณรงค์พัฒนาพฤติกรรมของประชาชนในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย มีประโยชน์ โดยวิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการอย่างทั่วถึง



3. สร้างและพัฒนาภาคีเครือข่ายด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ กระตุ้นให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ มีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค โดยถ่ายทอดเชื่อมโยงความรู้ และสร้างแกนนำเครือข่ายในทุกกลุ่มเป้าหมาย และสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน (CSR)
4. พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ สร้างแรงจูงใจและพัฒนา มาตรฐานการปฏิบัติงานของบุคลากรในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ สนับสนุนงานวิจัย จัดทำระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. พัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคให้สามารถเลือกหาและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า รวมทั้งมีการส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภคให้รู้จักปกป้องและเรียกร้องสิทธิ ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย
2. ส่งเสริม เผยแพร่ความรู้และสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านทาง สื่อและรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ
3. พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความน่าสนใจ เข้าถึงได้ง่าย มี ข้อมูลทันสมัย สะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ
4. พัฒนาเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมของ ประชาชนในงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
5. วิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
6. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับ มอบหมาย



ความเชื่อมโยงประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าหมายการให้บริการ กลยุทธ์ ผลผลิต และกิจกรรมระดับกรม สู่ระดับกอง

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555

วิสัยทัศน์(Vision)	“เป็นองค์กรที่เป็นเลิศในการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารด้านผลิตภัณท์สุขภาพให้พึ่งพาตนเองได้”			
พันธกิจ(Mission)	๑. พัฒนาศักยภาพผู้บริหารให้สามารถเลือกบริโภคผลิตภัณท์สุขภาพอย่างเหมาะสม และพึ่งตนเองได้ ๒. พัฒนาเครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารด้านผลิตภัณท์สุขภาพให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืน ๓. พัฒนาระบบงานให้มีประสิทธิภาพ คล่องตัว ทันสมัย และมีภาพลักษณ์องค์กรที่ดี เป็นที่ยอมรับของสังคม			
เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ (Goals)	๑. ประชาชนมีศักยภาพในการบริโภคผลิตภัณท์สุขภาพอย่างพึ่งตนเองได้ ๒. เครือข่ายด้านพัฒนาศักยภาพผู้บริหารมีความเข้มแข็ง และยั่งยืน			
วัตถุประสงค์ เป้าประสงค์ Objective	๑. ประชาชนมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณท์สุขภาพอย่างรู้เท่าทัน และพึ่งตนเองได้	๒. เครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารด้านผลิตภัณท์สุขภาพมีความเข้มแข็ง มีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารอย่างยั่งยืน	๓. พัฒนางค์กรให้มีคุณภาพ บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ มีระบบงานที่มีประสิทธิภาพ สร้างขวัญกำลังใจและสร้างเสริมวัฒนธรรมองค์กร และภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่เชื่อมั่นของสังคมทุกภาคส่วน	
กลยุทธ์ Strategies	กลยุทธ์ ๑ เสริมสร้างความรู้ของประชาชนในการเลือกซื้อบริโภคผลิตภัณท์สุขภาพ โดยพัฒนาองค์ความรู้ด้านผลิตภัณท์สุขภาพ สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ความรู้ที่หลากหลายทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการกระบวนการเผยแพร่ โดยจัดทำฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เข้าถึง และสืบค้นได้ง่าย และสร้างสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	กลยุทธ์ ๒ สร้างความตระหนัก และกระแสการบริโภคเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง รมรณรงค์พัฒนาพฤติกรรมของประชาชนในการบริโภคผลิตภัณท์สุขภาพอย่างปลอดภัย มีประโยชน์ โดยวิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้บริหาร ผู้ประกอบการอย่างทั่วถึง	กลยุทธ์ ๓ สร้างและพัฒนาภาคีเครือข่ายด้านผลิตภัณท์สุขภาพ กระตุ้นให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ มีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร โดยถ่ายทอดเชื่อมโยงความรู้ และสร้างแกนนำเครือข่ายในทุกกลุ่มเป้าหมาย และสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน (CSR)	กลยุทธ์ ๔ พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ สร้างแรงจูงใจและพัฒนามาตรฐานการปฏิบัติงานของบุคลากรในการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารด้านผลิตภัณท์สุขภาพ สนับสนุนงานวิจัย จัดทำระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ
ผลผลิต ตัวชี้วัด	ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณท์สุขภาพ (เชิงปริมาณ) จำนวนองค์ความรู้ที่เผยแพร่ (เชิงคุณภาพ) ประชาชนมีความรู้ด้านบริโภคผลิตภัณท์สุขภาพที่เหมาะสม	กิจกรรมที่รณรงค์กับประชาชน (เชิงปริมาณ) จำนวนโครงการที่รณรงค์ (เชิงคุณภาพ) ประชาชนมีพฤติกรรมในการบริโภคผลิตภัณท์สุขภาพที่เหมาะสม	เครือข่ายการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารที่ให้ความร่วมมือ (เชิงปริมาณ) จำนวนภาคีเครือข่าย/จำนวนแกนนำ/จำนวนโครงการที่ร่วมมือกับเครือข่าย (เชิงคุณภาพ) เครือข่ายที่ดำเนินการได้ตามแผนงานที่กำหนด	ระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ (เชิงปริมาณ) ระดับความสำเร็จในการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร (เชิงคุณภาพ) โครงการยุทธศาสตร์ที่ดำเนินการได้ตามแผนยุทธศาสตร์



โครงสร้างการจัดการองค์กร

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร ได้มีการจัดระบบโครงสร้างภายใน เพื่อให้การดำเนินงานและการบริหารงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผล ซึ่งแบ่งออกเป็น ดังนี้

1. กลุ่มประชาสัมพันธ์
2. กลุ่มเผยแพร่ความรู้
3. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค
4. กลุ่มพัฒนาระบบ
5. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป

โดยในแต่ละหน่วยงานมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 2.1 วิเคราะห์ข่าวสารที่ปรากฏทางสื่อมวลชนทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อนำมาพัฒนางานและประชาสัมพันธ์ หรือสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องทางวิชาการและการดำเนินงานของสำนักงาน
- 2.2 จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเชิงรุก เพื่อสร้างความตื่นตัวแก่ผู้บริโภค ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย และดึงผู้บริโภคเป็นแนวร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค
- 2.3 จัดทำข่าวสำนักงาน และจัดแถลงข่าว เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รวมทั้งสาระความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นที่สนใจของประชาชน
- 2.4 ประสานงานและดำเนินงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน และร่วมผลักดันงานคุ้มครองผู้บริโภค
- 2.5 ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือที่ดีของบุคลากรในสำนักงาน โดยอาศัยระบบเสียงตามสาย จดหมายข่าว และบอร์ดประชาสัมพันธ์
- 2.6 ติดตามและตรวจตัดข่าวจากหนังสือพิมพ์ วิเคราะห์และนำเสนอผู้บริหาร เพื่อพิจารณา ดำเนินการได้ทันต่อสถานการณ์ และเหมาะสม
- 2.7 จัดทำและดูแลข้อมูลในระบบประชาสัมพันธ์ ทางระบบสำนักงานอัตโนมัติ
- 2.8 จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก
- 2.9 วางแผนในการใช้ พัฒนาปรับปรุง บำรุงรักษาโสตทัศนูปกรณ์อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.10 ออกแบบและผลิตสื่อโสตทัศนวัสดุ สิ่งพิมพ์ และงานศิลปกรรม
- 2.11 ออกแบบและตกแต่งสถานที่ในกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น นิทรรศการ แถลงข่าว เป็นต้น
- 2.12 จัดการและให้บริการโสตทัศนูปกรณ์



- 2.13 ให้คำปรึกษาแนะนำการใช้โสตทัศนูปกรณ์
- 2.14 ปฏิบัติงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

2. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมการบริโภค มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 3.1 วิเคราะห์สภาพปัญหาการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อหาแนวทาง และจัดทำแผนการพัฒนาพฤติกรรมการบริโภค
- 3.2 จัดทำและดำเนินโครงการเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคของประชาชน ให้ถูกต้อง เหมาะสมและปลอดภัย
- 3.3 พัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรที่ดำเนินการเพื่อผู้บริโภค
- 3.4 สนับสนุนองค์กรผู้บริโภคให้มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม มีความต่อเนื่อง และสมประโยชน์
- 3.5 ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาบทบาทในการคุ้มครองสิทธิของตนเอง
- 3.6 จัดทำและดำเนินโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน
- 3.7 ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

3. กลุ่มเผยแพร่ความรู้ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 4.1 วิเคราะห์สภาพปัญหาการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อหาแนวทาง และจัดทำแผนการเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค
- 4.2 เผยแพร่ความรู้ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และทางสื่ออื่นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีศักยภาพในการดูแลตนเอง สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสมและปลอดภัย
- 4.3 พัฒนาและดูแลระบบสายด่วนผู้บริโภค เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้บริโภคเข้ามาสืบค้นความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว
- 4.4 พัฒนาและดูแลเว็บไซต์ อี.ดอทคอม เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้บริโภคเข้ามาสืบค้นความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว
- 4.5 ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

4. กลุ่มพัฒนาระบบ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 3.1 จัดทำแผนงาน งบประมาณ โครงการ และกำกับติดตามการดำเนินการ ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการสาธารณสุข นโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวงสาธารณสุข และนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- 3.2 วางแผน ดำเนินการศึกษาวิจัย และประสานงานส่งเสริมการวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการดำเนินการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค
- 3.3 พัฒนาศักยภาพของกอง ตลอดจนทำหน้าที่ประสานงานเรื่องการอบรมกับหน่วยงานผู้จัดอบรม



- 3.4 ประเมินผลการปฏิบัติงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัยและวางแผนการดำเนินงาน
- 3.5 สนับสนุนข้อมูลการดำเนินงานศึกษาวิจัยด้านคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจ
- 3.6 พัฒนาระบบฐานข้อมูล และระบบคอมพิวเตอร์ของกอง เพื่อเป็นแหล่งสำหรับผู้บริโภคเข้ามาสืบค้นความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว
- 3.7 ปฏิบัติงานด้านข้อมูลข่าวสารของราชการของกอง และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของกองในการรวบรวมข้อมูลสารนิเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มภารกิจอื่น ๆ
- 3.8 พัฒนาระบบการปฏิบัติงานของกองให้มีประสิทธิภาพ และจัดระบบการควบคุมภายใน
- 3.9 บริการรับ ประสาน และตอบสนองเรื่องร้องเรียน
- 3.10 เฝ้าระวังการโฆษณา
- 3.11 ประมวลผล จัดทำสถิติ และวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงระบบการรับและประสานเรื่องร้องเรียน
- 3.12 ตอบปัญหาทางวิชาการแก่ประชาชนที่สอบถามมาทางช่องทางต่าง ๆ
- 3.13 พัฒนาระบบฐานข้อมูลการรับและประสานการตอบสนองเรื่องร้องเรียน
- 3.14 จัดทำหลักเกณฑ์ ขั้นตอน และกรอบการดำเนินงานประสานบริการเรื่องร้องเรียน
- 3.15 ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูลการร้องเรียน เพื่อวางแผนการดำเนินงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
- 3.16 ปฏิบัติงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

5. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- 5.1 งานสารบรรณ
- 5.2 งานการเจ้าหน้าที่
- 5.3 งานการเงิน/บัญชี/งบประมาณ
- 5.4 งานพัสดุและยานพาหนะ
- 5.5 งานอำนวยการและสนับสนุนกลุ่มภารกิจอื่น ๆ
- 5.6 ปฏิบัติงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย



อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ : ปีงบประมาณ พ.ศ.2555

สรุป (52 คน)	
ข้าราชการ	27 คน
หັก ยืมตัว	1 คน
ลูกจ้างประจำ	2 คน
พนักงานราชการ	1 คน
ลูกจ้างเหมา	21 คน

อัตรากำลัง

- | | |
|------------------------|----------|
| ○ เกสัชกร | 6 อัตรา |
| ○ นักวิชาการอาหารและยา | 3 อัตรา |
| ○ นักวิชาการเผยแพร่ | 12 อัตรา |
| ○ นักจัดการงานทั่วไป | 1 อัตรา |
| ○ เจ้าพนักงานธุรการ | 4 อัตรา |



กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร ได้มีการพิจารณาโครงสร้าง ภารกิจกลุ่ม/ฝ่าย ตลอดจนพิจารณาจัด
ข้าราชการเข้าสู่ตำแหน่ง ให้เกิดความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ความคล่องตัวและประสิทธิภาพ
ในการดำเนินงาน โดยมีการจัดข้าราชการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร (ตุลาคม 2554-กันยายน 2555) ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. นางยุพา เตียงรวัช | ผู้อำนวยการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค |
| 2. นางสาวทิพากร มีใจเย็น | ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค |
| 3. กลุ่มประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 6 คน ลูกจ้าง 6 คน คือ | |
| 3.1 นางสาวจิตรา เอื้อจิตรบำรุง | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการพิเศษ |
| 3.2 นายบุญทิพย์ คงทอง | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ |
| 3.3 นายวัชรินทร์ เครือเนียม | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ |
| 3.4 นางสาวนีย์ สุขแสนนาน | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ |
| 3.5 นางสาวดนิตา เทียบโพธิ์ | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ |
| 3.6 นางสาวพัชรวดี ศรีบุญเรือง | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ |
| 3.7 นางสาวนระรัตน์ แสนสุข | ลูกจ้าง |
| 3.8 นางสาวปภาณิจ ภัทรานนท์ | ลูกจ้าง |
| 3.9 นางสาวรมิดา ธนธนวัฒน์ | ลูกจ้าง |
| 3.10 นางสาวนันทิยา ถวายทรัพย์ | ลูกจ้าง |
| 3.11 นางสาวกรกมล พิพัฒน์ภูมิ | ลูกจ้าง |
| 3.12 นายทวชา เพชรบุญยัง | ลูกจ้าง |
| 4. กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 7 คน ลูกจ้าง 2 คน คือ | |
| 4.1 นางศิริกุล อำพนธ์ | เภสัชกรชำนาญการพิเศษ |
| 4.2 นางสินีนาง ไรจนประดิษฐ์ | นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการพิเศษ |
| 4.3 นางสาวเสาวณีย์ เกตุบำรุงพร | นักวิชาการอาหารและยาชำนาญการ |
| 4.4 นางสาวจุฬาลักษณ์ นิพนธ์แก้ว | นักวิชาการอาหารและยาชำนาญการ |
| 4.5 นางสาวพาฝัน กิติเงิน | เภสัชกรปฏิบัติการ |
| 4.6 นางสาวพัชรวรรณ แก้วก่า | นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ |
| 4.7 นางสาวสุชาดา ถนอมชู | เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ |
| 4.8 นางสาวอรรวรรณ พวงทอง | ลูกจ้าง |
| 4.9 นายวาทีตย์ คณารักษ์ | ลูกจ้าง |
| 5. กลุ่มพัฒนาระบบ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 4 คน ลูกจ้าง 8 คน คือ | |
| 5.1 นายศุภกาญจน์ โภคัย | เภสัชกรชำนาญการพิเศษ |
| 5.2 นางวาริรัตน์ เลิศนที | เภสัชกรชำนาญการพิเศษ |
| 5.3 นายวิษณุ ไรจน์เรืองโร | เภสัชกรชำนาญการ |
| 5.4 นายภูมิพัฒน์ อรุณาการ | เภสัชกรปฏิบัติการ |
| 5.5 นางสาวณัฐรภา ไทยเรือง | ลูกจ้าง |
| 5.6 นางสาวกฤษณา แผลงฤทธิ์ | ลูกจ้าง |
| 5.7 นางสาวกนกวรรณ หน่ออนาคต | ลูกจ้าง |



5.8 นายเอกชัย ลีลาเรืองรอง	ลูกจ้าง
5.9 นางสาวภัทรพร ทองพลู	ลูกจ้าง
5.10 นางสาวกรรณก แก้วขาว	ลูกจ้าง
5.11 นายภาสวุฒิ กองแม่	ลูกจ้าง
5.12 นางสาวอรพินท์ บุญเกิดวัฒนากุล	ลูกจ้าง

6. กลุ่มเผยแพร่ความรู้ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 3 คน ลูกจ้าง 3 คน คือ

6.1 นางผุสดี เวชพิพัฒน์	นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
6.2 นางสาวกมลวรรณ อินตะพันธ์	นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
6.3 นางสาวสุกมาศ วยุฒิมุข	นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
6.4 นางสาวปภัสสร ผลโพธิ์	ลูกจ้าง
6.5 นางสาวขวัญชนก พุ่มแพร	ลูกจ้าง
6.6 นายอโนชา ชุนหสุวรรณ	ลูกจ้าง

7. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ 7 คน ลูกจ้าง 2 คน คือ

7.1 นางสาววรรณช รื่นหาญ	นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ
7.2 นางสาวดวงใจ สาสีแก้ว	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
7.3 นางสาวสุนีย์ วรดิตตานนท์	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
7.4 นางดวงพร รัตนะ	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
7.5 นางพจมาน รัตนสุนทร	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
7.6 นางนวลพรรณ สุขสันต์รุ่งเรือง	คนงาน
7.7 นางสาวสำเร็จ ทองทาบริตน์	นักการภารโรง
7.8 นางสาวเบญจมาศ พันทวี	ลูกจ้าง
7.9 นายมารุต สุดสิ้น	ลูกจ้าง (พนักงานขับรถ)



ระยะเวลาการดำเนินงาน

ตุลาคม 2554 – กันยายน 2555

งบประมาณการดำเนินงาน

งบกอง พศ. ใช้ไปสุทธิ	56,638,111.84 (จัดสรร 56,638,300)
งบกลาง อย. ใช้ไปสุทธิ	<u>84,766,319.10</u>
รวมใช้งบประมาณทั้งสิ้น	<u>141,404,430.94</u>

ทั้งนี้ จำแนกตามหมวดงบประมาณ ดังนี้

งบดำเนินงาน	124,850,383.94
งบรายจ่ายอื่น	4,535,600.00
งบลงทุน	106,447.00
งบโอนให้หน่วยงานอื่นเบิกแทน	11,912,000.00



แผนการดำเนินงาน

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากผลิตภัณฑ์สุขภาพ อันได้แก่ อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุเสพติดและวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน ส่วนหนึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคจะต้องสัมผัสและบริโภคทุกวัน ดังนั้น การบริโภคอย่างปลอดภัยและเป็นประโยชน์ต่อร่างกายจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการส่งเสริมการค้าเสรี ผู้ประกอบการธุรกิจมีจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าสูง ผู้ประกอบการพยายามผลิตและพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงมีการสร้างแรงจูงใจเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อให้มียอดขายมากที่สุด ทั้งนี้ ไม่ว่าจะโดยการโฆษณาทางสื่อต่างๆ ซึ่งบางครั้งก็หลอกลวงหรือโอ้อวดเกินจริง หรือการให้ข่าวสาร ข้อเท็จจริงเพียงด้านเดียว ทำให้ผู้บริโภคสับสนและเข้าใจผิด หรือการใช้วัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ เพื่อให้ราคาสินค้าถูก มีของแถม ของแถม เหล่านี้ล้วนมีส่วนส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่ถูกต้องทั้งสิ้น ซึ่งหากผู้บริโภคมีพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมแล้ว อาจทำให้ผู้บริโภคต้องสูญเสียเงินจำนวนมาก หรือหากเป็นผู้ป่วย นอกจากทำให้เสียเงินเสียเวลา เสียโอกาสในการรักษาแล้ว อาจทำให้ได้รับอันตรายจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ อีกด้วย แต่หากผู้บริโภคมีความรู้รู้เท่าทันผู้ประกอบการ รู้จักเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพ มาตรฐานและปลอดภัย รวมถึงมีพฤติกรรมบริโภคที่ถูกต้องเหมาะสมแล้ว ย่อมทำให้มีสุขภาพดี แข็งแรง ลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาสุขภาพจากโรคเรื้อรัง นำไปสู่การคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความปลอดภัย ซึ่งนอกจากการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพมาตรฐานแล้ว การพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประโยชน์และปลอดภัยก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งด้วยข้อจำกัดทางด้านบุคลากรและงบประมาณ ทำให้สำนักงานฯ ไม่สามารถดำเนินการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่และไม่สามารถระงับภัยให้ผู้บริโภคได้ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องติดอาวุธทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ สามารถคุ้มครองตนเองและครอบครัวได้ และมีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ ให้รับทราบและใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาเลือกซื้อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสมและปลอดภัย รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานฯ ซึ่งจะก่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในการแจ้งข้อมูลหรือเบาะแสเมื่อพบผลิตภัณฑ์หรือโฆษณาที่น่าสงสัย ตลอดจนการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมบริโภคที่ถูกต้อง ตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกซื้อเลือกบริโภค และตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคโดยการร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม หรือได้รับอันตราย หรือเสียหายจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ



วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัย
2. เพื่อให้ประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ
3. เพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจาก ออย.

กลวิธี

1. เผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่
 - 1.1 สื่อโทรทัศน์ในรูปแบบรายการประจำ สารคดี สปอตโทรทัศน์
 - 1.2 สื่อวิทยุ ในรูปแบบรายการสารคดี สปอตวิทยุ
 - 1.3 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ คู่มือ ขุนนิทรรศการ จัดหมายข่าว เป็นต้น
 - 1.4 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ สายด่วน เป็นต้น
2. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกและทั่วไประหว่างสร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคอย่างปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นต่อ ออย.ในฐานะองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน เช่น การแจ้งเบาะแส การร้องเรียน เป็นต้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่
 - 2.1 สื่อโทรทัศน์ ในรูปแบบสารคดีเชิงข่าว
 - 2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ จุลสาร ข่าวแจก เป็นต้น
 - 2.3 แอลงข่าว
3. จัดทำโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการ
 - 3.1 รณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือการ์ตูน คู่มือ เป็นต้น
 - 3.2 ปลุกฝังจิตสำนึกในกลุ่มเยาวชนของชาติโดยการสนับสนุนให้ทำกิจกรรมสุขภาพ
 - 3.3 จัดกิจกรรมในพื้นที่ เช่น กิจกรรมรณรงค์ ตรวจเยี่ยม กิจกรรมประกวดเรื่องเล่า เป็นต้น
4. สร้าง สนับสนุนและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม และยั่งยืน เช่น เครือข่าย ออย.น้อย เครือข่ายภาคประชาชน เป็นต้น

ตัวชี้วัด/เป้าหมาย

ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ

1. ร้อยละ 91 ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง
2. ร้อยละ 83 ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

1. จำนวนเรื่อง/ครั้ง ที่มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค จำนวน 354 เรื่อง/ 540 ครั้ง
2. จำนวนโครงการที่รณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ถูกต้อง
จำนวน 4 โครงการ



งบประมาณ

56,638,300 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

กิจกรรม

(ตามตารางแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555)



ผลการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555

ในปีงบประมาณ พ.ศ.2555 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้รับงบประมาณ 56.63 ล้านบาท ซึ่งได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในหลายโครงการและกิจกรรม ได้แก่ การเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค การผลิตสื่อให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ โครงการ อย.น้อย โครงการอาหารปลอดภัย โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย สายด่วน อย.1556 เว็บไซต์ อย.or.com เป็นต้น ซึ่งโครงการทั้งหมดดังกล่าวดำเนินการสอดประสานกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

ในปีงบประมาณ พ.ศ.2555 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ อย่างจริงจัง ทั้งด้านการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค โดยมีผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ดังนี้

ผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

กิจกรรมที่ 2.1 ถ่ายทอดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมุ่งให้ความรู้แก่ประชาชนผ่านสื่อต่างๆ 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 ปีงบประมาณ พ.ศ.2555 พบว่า ร้อยละ 98.0 ของผู้บริโภครับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

2.1.1 การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค

2.1.1.1 ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน โดย

2.1.1.1.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์

- ผลิตสารคดีโทรทัศน์ 2-3 นาที จำนวน 35 เรื่อง
 1. โครงการผลิตรายการสารคดีพิเศษเฉลิมพระเกียรติชุด “พลังแห่งแผ่นดินไทย”
 2. โอ้...ไอโอดีนสำคัญนะ
 3. ของทอด อร่อย ปลอดภัย ไม่ใช้น้ำมันทอดซ้ำ
 4. ฉลาก GDA ตัวช่วยเรื่องสุขภาพ
 5. บริษัทกำจัดปลวก ต้องเลือกให้ดี
 6. กินยาแก้ปวด ลดไข้มากเกินไป ไม่ดีนะคะ
 7. ซัอยาผ่านเน็ต เสี่ยงทุกเม็ด อาจได้ยาปลอม
 8. ยาชุดอันตรายกว่าที่คิด
 9. ยาถูกกลอนลักลอบผสมสารสเตียรอยด์แฝงอันตราย
 10. ยาลดความอ้วนอันตราย
 11. ใช้เครื่องสำอางถูกวิธี ดีดีปลอดภัย



12. ครีมหน้าขาว อาจทำสาว ๆ หน้าพัง
 13. บิ๊กอาย กับลวดตัดฟันแฟชั่น แฟงอันตราย
 14. อย่าหลงเชื่อ อุปกรณ์บำบัดด้วยกระแสไฟฟ้าสถิต โฆษณาโอ้อวด
 15. บ้านสะอาด ด้วยผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดแบบฆ่าเชื้อโรค
 16. รู้จักกลิ่น...วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน
 17. จะใช้ยาปฏิชีวนะ ต้องเข้าใจให้ถูกต้อง
 18. กลูต้าไธโอน ขาวไม่จริง
 19. รู้ทันเหล็ยม กาแฟอ้าง ลดความอ้วน
 20. เครื่องหมาย อย. กับตัวเลข ๑๓ หลัก คืออะไร
 21. ดูดีดี ก่อนซื้อเครื่องสำอาง
 22. เปิดตัว Primary GMP
 23. ขนมหินแสนสุข
 24. ข้าวตัง
 25. โรตีสายไหม
 26. เฉาก้วยซากง้าว
 27. ขนมหวานพื้นเมือง
 28. กล้วยตากจิราพร
 29. กะหรี่ปั๊บกุณห์
 30. ทุเรียนทอด ทุเรียนกวน
 31. ขวัญไข่เค็ม
 32. อาหารทะเลแปรรูป จูพร มหาชัย
 33. ปลาสดสามารถ
 34. สเปกเก็ตตี้
 35. ถั่วตัดตูปตูป
- เผยแพร่สารคดีโทรทัศน์ จำนวน 64 ครั้ง
1. โครงการผลิตรายการสารคดีพิเศษเฉลิมพระเกียรติชุด “พลังแห่งแผ่นดินไทย” เผยแพร่โลโก้ อย.ความยาว 5 วินาที ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ NBT ช่วงข่าวภาคค่ำ วันที่ 29 ธันวาคม 2554 จำนวน 1 ครั้ง
 2. เผยแพร่สารคดีโทรทัศน์ ชุด “ว้าว !!! อย. รู้จริงผลิตภัณฑ์สุขภาพ” ใน 3 ช่วงรายการ ดังนี้ รายการฉันทน์รักเมืองไทย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี ทุกวันอาทิตย์ เวลา 15.15-16.05 น. จำนวน 20 ครั้ง
 3. ในช่วงรายการครอบครัวรวม ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.00-08.30 น. จำนวน 19 ครั้ง
 4. ในช่วงรายการสุดเขต ความยาว 1 นาที ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี ทุกวันอาทิตย์ เวลา 10.00-11.00 น. จำนวน 8 ครั้ง
 5. ในช่วงรายการครัวอินดี้ ปี 5 ความยาว 1 นาที ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 วันเสาร์ เวลา 10.00-11.00 น. จำนวน 2 ครั้ง



6. สารคดี “อรรอยทั่วไทย ปลอดภัยกับ ออย.” ในรายการเมืองไทย 108 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 วันพฤหัสบดี-ศุกร์ เวลา 15.55-16.00 น. จำนวน 14 ครั้ง



2.1.1.1.2 ผลิตภัณฑ์ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ

- ผลิตสารคดีวิทยุ 1 นาที จำนวน 10 เรื่อง
สารคดีวิทยุชุด “ออย.เตือนใจ ก่อนภัยมา”
 1. หวาน มัน เค็ม ได้ประโยชน์
 2. อย่าหลงเชื่อกาแฟลดความอ้วน
 3. น้ำมันทอดซ้ำ แฝงอันตราย
 4. เกลือไอโอดีน ดีต่อสุขภาพ
 5. อย่าซื้อยา ขายทางเน็ต
 6. รู้ทันผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
 7. อย่าใช้ครีมทาฝ้า หน้าขาว โอ้อวดสรรพคุณ
 8. ดูฉลากก่อนเลือกซื้อเครื่องสำอาง
 9. กลิ่นหอมแฝงอันตราย
 10. ปีกายตามแฝงล่ออันตราย
- เผยแพร่สารคดีวิทยุ ทางสถานี network และคลื่นเพลง จำนวน 921 ครั้ง
 1. เผยแพร่สารคดีวิทยุ รายการ “บางพลัดชอย 9 เราชักสุขภาพ” ความยาว 1 นาที ออกอากาศทางสถานีวิทยุ FM 94.5 MHz. ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ จำนวน 4 ครั้ง/วัน ตั้งแต่ 15 ม.ค.-31 ส.ค. 2555
 2. เผยแพร่สารคดีวิทยุ ชุด “ออย.เตือนใจ ก่อนภัยมา” ออกอากาศทางสถานีวิทยุ FM 100.5 MHz. ทุกวันจันทร์-วันศุกร์, FM 88.5 MHz. ทุกวันอังคาร-วันพฤหัสบดี และ FM 92.5 MHz. ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ ตั้งแต่ 1 เม.ย.- 31 ก.ค. 2555



2.1.1.1.3 ผลิตภัณฑ์และเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

- ผลิตและเผยแพร่บทความรู้ทางหนังสือพิมพ์ข่าวสด ทุกวันพุธ จำนวน 10 เรื่อง 10 ครั้ง
 1. กลิ่นหอมก็อันตราย
 2. ซื้อยาอย่างเสี่ยง
 3. ทราบแล้วเปลี่ยน (น้ำมันทอดซ้ำ)
 4. สวย...เลือกได้
 5. อย่าหลงเชื่อง่าย (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร)
 6. หวัดกับยาปฏิชีวนะ
 7. โฆษณาเครื่องมือแพทย์หลอกลวง
 8. ยาคุมกำเนิดกับสิ่ว
 9. กาแฟลดความอ้วน
 10. เครื่องสำอางดูอย่างไร
- ผลิตและเผยแพร่บทความรู้ทางนิตยสารทีวี่พลู ทีวี่อินไซด์ จำนวน 10 เรื่อง 20 ครั้ง
 1. เชื่อได้หรือไม่...กับโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแบบนี้
 2. โปรดระวัง!! ไม่อยากหน้าพังก่อนสวย อย่าหลงเชื่อโฆษณา
 3. โฆษณาแบบไหน ไม่ถูกหลอก
 4. ยาลดความอ้วน...ทำให้ผอมถาวรได้จริงหรือ
 5. หยุดหลงเชื่อโฆษณา เครื่องมือแพทย์หลอกลวง
 6. เคล็ดไม่ลับ...เลือกซื้อเครื่องสำอางให้ปลอดภัย
 7. กาแฟลดความอ้วน...เชื่อได้จริงหรือ??
 8. ไม่อยากเสี่ยง ต้องรู้จักใช้ เครื่องสำอาง
 9. บิ๊กอาย สวยหรือเสี่ยง
 10. ซื้อยาผิดกฎหมาย อันตรายถึงชีวิต

[illegible]

2.1.1.2 ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่ออื่น

2.1.1.2.1 **ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสายด่วน อย. 1556** เป็นบริการให้ความรู้ผ่านการสื่อสารระบบ Audio text หรือระบบบริการข้อมูลอัตโนมัติด้วยเสียงโทรศัพท์ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งในปีงบประมาณ 2554 ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. ดำเนินการจัดจ้าง/ดูแล/พัฒนาระบบ จำนวน 1 ระบบ
2. ผลิตและเผยแพร่ผลิตสคริปต์เนื้อหาใหม่ รู้จักกับ อย./ข่าวเด่น/รวมเรื่องเด็ดผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 80 เรื่อง ดังนี้
 - ข่าวเด่น จำนวน 50 เรื่อง
 1. เรื่อง อย. วางมาตรการป้องกันไม่ให้ยาขาดตลาด ขอให้ประชาชนมั่นใจ
 2. อย.ตรวจพบสารไซบูทรามินในกาแฟสำเร็จรูป Slimming Coffee นำเข้าจากจีน
 3. อย.พบเชื้อ อี.โคไล ในเต้าหู้ยymmสดตรา ศศิพร เข้าข่ายอาหารผิดมาตรฐานเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
 4. อย.เร่งฟื้นฟู ผลิตน้ำดื่ม น้ำแข็ง ภายหลังน้ำลตเพื่อควบคุมคุณภาพความปลอดภัย
 5. อย.จับเว็บไซต์ ลักลอบขายยาปลูกเชื้อ ยานอนหลับ ยาเสียสาว เตือนผู้บริโภคอย่าตกเป็นเหยื่อ
 6. อย.ต้อนรับเทศกาลปีใหม่ คุ่มเข้มกระเช้าผลิตภัณฑ์อาหารต้องแสดงฉลาก มีวันหมดอายุ
 7. อย.แนะวิธีล้างบ้านอย่างปลอดภัย โดยใช้ผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายอย่างถูกวิธี หลังวิกฤตน้ำท่วม
 8. อย.เตือนผู้บริโภคอย่าเข้าใจผิดผลิตภัณฑ์ย้อมผมไม่ใช่แชมพูใช้บ่อย...อันตราย
 9. อย.จับหมอเถื่อน ลักลอบฉีดสารคอลลาเจนเสริมความงามผิดกฎหมาย ย่านจตุจักร
 10. อย.เตือนผู้บริโภคควรทดสอบการแพ้ ก่อนใช้เครื่องสำอาง
 11. อย.จับใหญ่ส่งท้ายปี คลินิกใหญ่ ฉีดยาผิดกฎหมาย ทั้ง กลูตาไธโอน โบท็อกซ์ ฟิลเลอร์จำนวนมาก มูลค่ากว่า 10 ล้านบาท
 12. อย.บุกจับแหล่งผลิตยาที่ไม่ได้รับอนุญาต ผลิตและขายยาไม่ได้ขึ้นทะเบียนส่งขายคลินิกผิวหนังทั่วประเทศ
 13. อย.บุกจับกุมจับบริษัทลักลอบผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ไม่ได้รับอนุญาตผลิตและไม่ได้ขออนุญาต ขึ้นทะเบียน
 14. อย.จับมือตำรวจ ทลายโรงงานผลิตเครื่องสำอางและยาอันตรายไม่ได้รับอนุญาตผิดกฎหมายย่านบางขุนเทียน มูลค่ามากกว่า 10 ล้านบาท
 15. อย.ตรวจพบสารกันเสียในลูกชิ้น สั่งงดผลิตและเก็บคืนจากท้องตลาดพื้นที่เตือนผู้บริโภคหลีกเลี่ยงรับประทาน
 16. อย.แนะวิธีเลือกซื้ออาหารปลอดภัยช่วง เทศกาลตรุษจีน
 17. อย.เตือนอย่าหลงเชื่อเอนไซม์และน้ำเห็ดสกัดอ้างรักษาสารพัดโรค



18. อย.ลุยตรวจร้านยา คุ่มเข้มการจำหน่ายยาแก้หวัดสูตรผสมชูโดอีเฟดรีน สารตั้งต้นผลิตยาเสพติด
19. อย.บุกจับคลินิกลักลอบทำแท้งใช้ยาผิดกฎหมายย่านเทพารักษ์
20. อย.ย้ายฉลากจิตีเอ เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเตรียมจับมือห้างดังเดินสายวิธีอ่านฉลาก เปิดตัว 9 ก.พ.นี้
21. อย.เผยข้อเท็จจริงพร้อมขยายผลกรณีซีลีโคน PIP
22. อย.ร่วมกับ เทสโก้ โลตัส เปิดตัวโครงการกินฉลาด ต้องอ่านฉลาก หวาน มัน เค็ม เข้มวิธีอ่านฉลากให้ผู้บริโภค
23. อย.บุกทลายแหล่งจำหน่ายและเก็บเครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้รายใหญ่อ่านมินบุรี มูลค่าของกลางกว่า 5 ล้านบาท
24. อย.แนะผู้บริโภค ชื้อยาใช้เอง อ่านเอกสารกำกับยาให้ถ้วนถี่ เพื่อความปลอดภัยในการใช้ยา
25. อย.มอบคาถา 3 ข้อ ใช้คอนแทคเลนส์ อย่างปลอดภัย
26. อย.คุมเข้มผลิตภัณฑ์สุขภาพตามแนวชายแดน พบผิดกฎหมาย เตือนผู้บริโภคใช้อย่างระวัง
27. อย.เตือนผู้บริโภคอย่านำปลาปักเป้ามารับประทาน เป็นอันตรายถึงชีวิต
28. อย.ร่วมกับ บก.ปคบ. ลุยตรวจร้านขายยา จ.ราชบุรี
29. อย.ทลายคลินิกเสริมความงามเถื่อนลักลอบฉีดกิลูตาไธโอน
30. อย.จับใหญ่แหล่งจำหน่ายกาแฟเถื่อน และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
31. อย.แจงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคชัดเจนเครื่องสำอางปนเปื้อนโลหะหนัก
32. อย.บุกจับ “เอ็ม.ดี.คลินิก” ลักลอบฉีดยาลดความอ้วน
33. อย. เผยพบยาแผนโบราณปนเปื้อนสเตียรอยด์
34. อย.แจงไม่ต้องกังวลเรื่องของการไม่มียาแก้หวัดใช้
35. อย.ทลายแหล่งลักลอบจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยา ผิดกฎหมายรายใหญ่ SKINWHITE SHOP ย่างบางพลี รวมมูลค่ากว่า 15 ล้านบาท
36. อย.ทลายแหล่งลักลอบจำหน่ายผลิตยาเถื่อนรายใหญ่ ย่านมินบุรี รวมมูลค่ากว่า 5 ล้านบาท
37. อย.ย้ำมาตรการคุมเข้ม กรณีพบเชื้อวัณโรคในสหรัฐอเมริกาขอประชาชนอย่าหวั่นวิตก
38. อย.ทำลายผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย พร้อมยาชูโดอีเฟดรีน 30,000 กิโลกรัม รวมมูลค่ากว่า 221 ล้านบาท 4 พ.ค. นี้
39. อย.เตือนอันตราย กรณีนักเรียนฉีดกรดอะมิโนกระตุ้นช่วงสอบและกรณีฉีดน้ำมันมะกอกเพิ่มขนาดอวัยวะเพศ
40. อย.บุกจับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเถื่อน อ้างลดน้ำหนัก และเสริมสมรรถภาพทางเพศ ย่านมินบุรี มูลค่ากว่า 200 ล้านบาท
41. อย.ยืนยัน ไม่มีการนำเข้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปผสมเนื้อสุนัขขอให้ผู้บริโภคอย่าวิตกกังวล
42. อย.บุกทลายแหล่งผลิตยาหยอดตา ยาหอม และยาแผนโบราณเถื่อนรายใหญ่ ย่านท่าเตียน เตือนผู้บริโภคระวังอันตราย

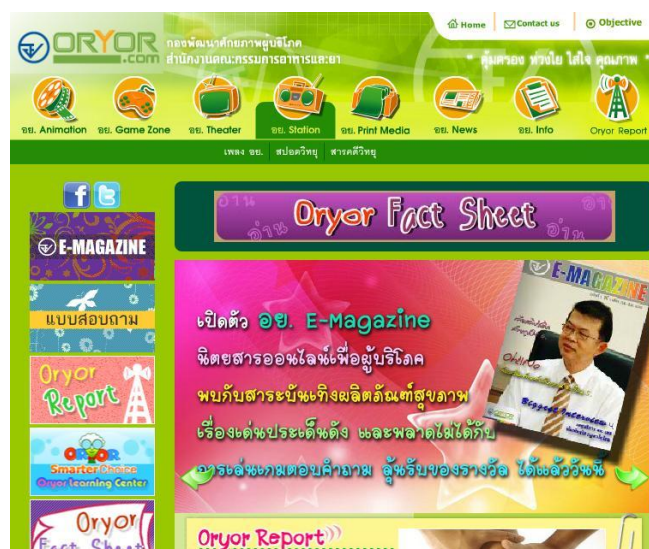


43. พลังแผ่นดิน เอาชนะยาเสพติด อย.เผายาเสพติดครั้งใหญ่ปริมาณเกือบ 3 ล้าน
ตัน มูลค่ารวมกว่า 6,978 ล้านบาท
 44. อย.เริ่มใช้แบบแจ้งรายละเอียดการผลิตและนำเข้าเครื่องสำอางแบบใหม่แล้ว
 45. อย.บุกจับแหล่งลักลอบนำเข้าเครื่องมือแพทย์และเครื่องสำอางผิดกฎหมาย
 46. อย.เข้มเค้นหน้าตรวจร้านขายยาภาคใต้
 47. อย.ลงโทษสถานหนัก โรงเล็เจ็ตา ลักลอบผลิตและขายปลาปักเป้า
 48. อย.เผยแพร่ตรวจจับกาแฟเถื่อน ฉลากเป็นภาษาต่างประเทศอ้างลดน้ำหนัก
เตือนผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อ
 49. อย.เผยไทยยังคุมเข้มห้ามใช้สารเร่งเนื้อแดงในเนื้อหมูลุยตรวจสอบต่อเนื่อง
 50. อย.ร่วม บก.ปคบ.บุกทลายบริษัทขายตรงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผิดกฎหมาย
รายใหญ่อ้างสรรพคุณสินค้าบำรุงสุขภาพ ยึดของกลางมูลค่ากว่า 1.2 ล้านบาท
- รวมเรื่องคดีผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 30 เรื่อง
 1. เรื่อง อย่าใช้ยาปฏิชีวนะพร่ำเพรื่อ
 2. เรื่อง อันตราย...จากการใช้ยาลดความอ้วน
 3. เรื่อง ทำไมนมพร้อมดื่มเสียก่อนวันหมดอายุ
 4. เรื่อง ครีมรักษาสิวฝ้า
 5. เรื่อง การใช้ผลิตภัณฑ์ทาโล่ง
 6. เรื่อง การเลือกใช้คอนแทคเลนส์
 7. เรื่อง การเลือกเครื่องสำอาง
 8. เรื่อง การเลือกอย่างไรให้ปลอดภัยจากสารปนเปื้อนในอาหาร
 9. เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่ใช่ยาลดความอ้วน
 10. เรื่อง ยาแก้ปวด ลดไข้...
 11. เรื่อง การเลือกซื้อเครื่องสำอาง
 12. กาแฟไม่ใช่ยาลดความอ้วนไม่มีสรรพคุณทางยา
 13. โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกต้องต้องขออนุญาตกับ อย.
 14. เลือกซื้อวัตถุอันตรายอย่างไรให้ปลอดภัย
 15. อันตรายแฝงจากอาหารที่ใช้น้ำมันทอดซ้ำ
 16. ฉลาดเลือกบริโภคอย่างถูกวิธีต้องอ่านฉลาก หวาน มัน เค็ม
 17. สารไอโอดีนสำคัญไหน
 18. กินยาลดไข้ แก้ปวดเกินขนาด อันตรายต่อตับ
 19. วิธีสังเกตยาเสื่อมคุณภาพ
 20. กลิ่นของผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน
 21. เลือกซื้อยาชุด อันตรายกว่าที่คิด
 22. วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดดอย่างถูกวิธี
 23. เครื่องสำอางเสริมทรวงอก อันตรายและใช้ได้ผลหรือไม่
 24. ปีกಾಯ กับลดดัดฟันแฟชั่น แฝงอันตราย
 25. อ่านฉลากก่อนใช้ เพื่อความปลอดภัยจากการใช้ผลิตภัณฑ์วัตถุอันตราย
 26. ผลิตภัณฑ์จุดกันยุง มือปราบยุงให้สิ้นฤทธิ์



27. เชื่อได้หรือ...สังเกตเครื่องหมาย อย.ก่อนซื้อ
 28. การใช้อย่างถูกต้อง
 29. สารต้องห้ามที่นำมาผสมในเครื่องสำอาง
 30. พิษภัยจากสารบอแรกซ์ในอาหาร
3. ประชาสัมพันธ์การใช้สายด่วน อย. 1556 จำนวน 11 ครั้ง
 4. ยอดผู้ใช้บริการ สายด่วน อย. 1556 จำนวน 69,607 สาย

2.1.1.2.2 ผลิตภัณฑ์ความรู้ผ่านเว็บไซต์ www.oryor.com เป็นช่องทางที่มีการนำเสนอข้อมูล ในรูปแบบการ์ตูนที่ทันสมัย สีสันสดใส และสอดใส่ความสนุกสนาน เพื่อให้เหมาะสมกับเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการ นอกจากนั้น www.oryor.com เป็นเว็บไซต์ที่เปรียบเสมือนคลังข้อมูลขนาดใหญ่ ที่เก็บสื่อมีเดียหลากหลายรูปแบบของ อย. ที่ได้เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยมีการจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบและหมวดหมู่ ง่ายต่อการค้นหา รวม 12 เมนู เช่น อย.แอนิเมชั่น อย.เกมโซน อย.เลียดอร์ อย.สแตชั่น อย.การ์ตูน เป็นต้น ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.2554 ได้มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ดังกล่าวโดยการนำความรู้ผ่านเมนูต่างๆ



1. เมนู ORYOR Report ได้รวบรวมข่าวสารประเด็นร้อนที่เป็นความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ หรือผลงานต่างๆ ของ อย. โดยผ่านรูปแบบการนำเสนอเป็นภาพยนตร์ หรือภาพนิ่ง และยังสามารถดาวน์โหลดข้อมูลหรือสาระความรู้เพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องไปใช้ได้อีกด้วย จำนวน 24 เรื่อง ได้แก่
 - ผู้บริโภคควางใจ อย. วางแนวป้องกันปัญหาหายขาดตลาด
 - อย่าหลงเชื่อ น้ำผลไม้...โอ้ววดสรรพคุณรักษาโรคได้
 - อ่านฉลากกระเช้าปีใหม่...สุขใจผู้ให้ ปลอดภัยผู้รับ



- สะอาดทั้งบ้าน ปลอดภัยทั้งคน ออย. เนะใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดบ้านอย่างปลอดภัย
- อันตราย!!! ใช้ผลิตภัณฑ์ย้อมสระผมเหมือนแชมพู
- จับคลินิกเสริมความงามชื่อดัง พบยาผิดกฎหมายกว่า 20 ล้านบาท
- “กินฉลาดต้องอ่านฉลาก หวาน มัน เค็ม” ออย. เตรียมเปิดตัวฉลาก 9 ก.พ. เชื่อมประโยชน์ ไม่สับสน
- ออย.จับมือโลตัส เปิดตัวโครงการ“กินฉลาดต้องอ่านฉลาก หวาน มัน เค็ม”
- ระวัง !!! ใช้คอนแทคเลนส์ไม่ระวัง เสี่ยงตาบอด ออย. พร้อมแนะใช้อย่างปลอดภัย
- ออย.เดินหน้ากวาดล้างร้านขายยาผิดกฎหมายไม่หยุด พบลักลอบขายยาผิดกฎหมายเคลื่อน
- บุคลากรแหล่งใหญ่ผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย ของกลางเพียบ
- ปลาปักเป้าอันตรายถึงชีวิต นำเข้า จำหน่าย มีโทษหนัก
- พบผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย ไม่ได้มาตรฐานตามแนวชายแดนผู้บริโภคพึงระวัง
- พบจำหน่ายยาแผนโบราณผสมสเตียรอยด์ ออย.แนะซื้อจากร้านขายยาหรือปรึกษาเภสัชกร
- ออย. บุกรวบ คลินิก ย่านรัชดา ลักลอบฉีดยาลดความอ้วนและยาฉีดเสริมความงามผิดกฎหมาย
- “เฟนิลเอพรีน” สามารถใช้ทดแทน “ซูโดอีเฟดรีน” ได้ผลใกล้เคียงกัน
- ขนมหขเคี้ยว น้ำอัดลม...ตัวการทำเด็กไทยอ้วน
- ออย.จับมือ บก.ปคบ. บุกรวบแหล่งยาเถื่อน เนะซื้อจากร้านขายยาหรือปรึกษาเภสัชกร
- ออย.จัดงานทำลายผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย พร้อมยาซูโดอีเฟดรีน น้ำหนักรวมกว่า 30,000 กิโลกรัม รวมมูลค่ากว่า 221 ล้านบาท 4 พ.ค. นี้
- ออย.จับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเถื่อน อั้งลดน้ำหนัก และเสริมสมรรถภาพทางเพศ ย่านมินบุรี มูลค่ากว่า 200 ล้านบาท
- ยาแก้ปวดอันตราย หากใช้ไม่ถูกวิธี
- ออย.บุกรวบแหล่งลักลอบนำเข้าเครื่องมือแพทย์และเครื่องสำอางผิดกฎหมาย ยึดของกลางมูลค่ากว่า 3 ล้านบาท
- ออย.พบการแล่ปลาปักเป้า และผลิตอาหารแปรรูป ทำจากเนื้อปลาปักเป้า มีสารพิษอันตราย เร่งดำเนินคดีกับโรงงานผลิตแล้ว
- ออย.เผยแพร่ตรวจจับกาแฟเถื่อน ฉลากเป็นภาษาต่างประเทศ อั้งลดน้ำหนัก เตือนผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อ



2. เมนู ORYOR Fact Sheet ข้อมูลสุขภาพจาก อย. โดยมีเนื้อหาวิชาการ ที่อ่านง่าย สีสันสะดุดตา จำนวน 3 เรื่อง ดังนี้
- อ่านฉลากกระเช้าปีใหม่ สุขใจผู้ให้ ปลอดภัยผู้รับ
 - ทำความสะอาดบ้านหลังน้ำลด ด้วยผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย
 - น้ำก่ดเท่า สิ่งพึงระวังเพื่อต้องลunyaท่วม
3. เมนู ORYOR Animation จำนวน 1 เรื่อง ดังนี้
- ชุมชนสุขภาพดีกับ อย. ตอน เชื่อไม่ได้กับครีมหน้าใสชาวทันใจ
4. เมนู ORYOR Game Zone จำนวน 1 เรื่อง ดังนี้
- เกม ดูให้ดีตอบได้
5. เมนู ORYOR E-Magazine จำนวน 9 เรื่อง ดังนี้
- Editor Talk ประจำเดือน ก.ค. 55
 - Product In Tread จำนวน 2 เรื่อง
 - ฉลากหวานมันเค็ม บนห่อขนมบอกระไร
 - ใช้ผลิตภัณฑ์ย้อมผมอย่างปลอดภัย
 - Biggest interview
 - สัมภาษณ์ เลขาธิการฯ เรื่องกลูตาไธโอน
 - ข่าวเด่นประเด็นดัง
 - ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเถื่อน แฝงอันตราย
 - สวยใสสุขภาพดี ด้วยผลิตภัณฑ์สุขภาพ
 - เลือกใช้ลิปสติกสวย อย่างปลอดภัย
 - อย. Channel
 - การ์ตูนแอนิเมชั่น ชุมชนสุขภาพดี ตอน โอ้...ไอโอดีนสำคัญนะ
 - อ่านเพลินๆ อย. Channel
 - คอลัมน์การ์ตูน ชุด แก๊งวัยใส ใส่ใจสุขภาพกับ อย. ตอน สวย...เลือกได้
 - สืบเนื่องจากข่าว
 - บุกทลายแหล่งผลิตยาหยอดตาขายใหญ่
 - Oryor Fan Club



2.1.1.2.3 จัดทำสื่อการเรียนรู้ระบบ E-Learning

1. ผลิตและเผยแพร่สื่อการเรียนรู้ระบบ E-Learning จำนวน ๑ เรื่อง ๑ ครั้ง
“บ้านฉ้นปลอดภัยไว้ก่อน (รู้ใช้ผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายในบ้านเรือน)”

2.1.1.2.4 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่นพับ จำนวน 220,000 แผ่น จำนวน 2 เรื่อง

1. รู้จัก รู้ทัน...สตีयरอยด์
2. บริโภคปลอดภัย หากเกิดวิกฤตภัยน้ำท่วม



- 2.1.1.2.5 ผลิตและเผยแพร่จุลสาร ออย.Report ผลิตและเผยแพร่จดหมายข่าว "ออย.Report" เดือนละ 1 ฉบับ ๆ ละ 18,000 เล่ม เผยแพร่ไปยังสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ โรงเรียน ออย.น้อย ร้านขายยาทั่วประเทศ สำนักอนามัย สำนักงานเขต และผู้สนใจทั่วไป



2.1.1.2.6 ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ

- ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ จำนวน 24 เรื่อง 3 ชุด
 1. “รู้จักกิน รู้จักใช้ ปลอดภัย ปลอดภัยโรค” จำนวน 1 เรื่อง 1 ชุด
 2. “ระวัง! อันตรายจากสารปนเปื้อนในอาหาร” จำนวน 10 เรื่อง 1 ชุด
 3. “ออย. กับอาการกำเริบดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ” จำนวน 13 เรื่อง 1 ชุด
- ผลิตนิทรรศการเพื่อแสดง ณ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และหน่วยงาน อื่นที่ขอสนับสนุน จำนวน 69 เรื่อง ติดตั้งและจัดแสดงนิทรรศการ จำนวน 37 ครั้ง
- ติดตั้งและจัดแสดงนิทรรศการ จำนวน 16 ครั้ง



2.1.2 สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย

2.1.2.1 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน เพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชนในประเด็นสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสำนักงานฯ ในการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

2.1.2.1.1 ผลิตและเผยแพร่สารคดีเชิงข่าว/เรื่องเร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์

- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ความยาว 1 นาที จำนวน 8 เรื่อง 12 ครั้ง
 1. พี่เลี้ยง ออย. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน
 - รายการเช้านี้ที่หมอชิต (ช่อง 7) วันเวลาออกอากาศ 5 มี.ค. 55 เวลา 06.00-07.30 น.
 2. ด่านอาหารและยาทำลี้...สกัดกั้นผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย
 - รายการเช้านี้ที่หมอชิต (ช่อง 7) วันเวลาออกอากาศ 8 มี.ค. 55 เวลา 06.00-07.30 น.
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง 5) วันเวลาออกอากาศ 8 มี.ค. 55 เวลา 18.30-20.00 น.
 3. รู้ทันไม่เสียท่า โฆษณาลวง
 - รายการเช้านี้ที่หมอชิต (ช่อง 7) วันเวลาออกอากาศ 17 เม.ย. 55 เวลา 06.00-07.30 น.
 - ออกอากาศซ้ำ ข่าวภาคค่ำ (ช่อง 5) วันเวลาออกอากาศ 17 เม.ย. 55 เวลา (จ-ศ) 18.30-20.00 น.
 4. ออย. เฝ้าท่าลายผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลางผิดกฎหมาย
 - รายการเช้านี้ที่หมอชิต (ช่อง 7) วันเวลาออกอากาศ 10 พ.ค. 55 เวลา 06.00-07.30 น.
 5. เตือนอันตรายจากกาแฟลดความอ้วน
 - รายการเช้านี้ที่หมอชิต (ช่อง 7) วันเวลาออกอากาศ 21 พ.ค. 55 เวลา 06.00-07.30 น.
 6. สธ. มอบเกียรติบัตร Primary GMP ให้แกสถานประกอบการอาหารแปรรูป
 - รายการเช้านี้ที่หมอชิต (ช่อง 7) วันเวลาออกอากาศ 14 มิ.ย. 55 เวลา 06.00-07.30 น.
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง 5) วันเวลาออกอากาศ (ออกอากาศซ้ำ) 15 มิ.ย. 55 จ-ศ เวลา 18.30-20.00 น.
 7. มอบรางวัล ออย. Quality Award
 - รายการเช้านี้ที่หมอชิต (ช่อง 7) วันเวลาออกอากาศ 25 ก.ค. 55 จ-ศ เวลา 06.00-07.30 น.
 - ข่าวภาคค่ำ (ช่อง 5) วันเวลาออกอากาศ (ออกอากาศซ้ำ) 25 มิ.ย. 55 จ-ศ เวลา 18.30-20.00 น.



8. น้ำมันทอดซ้ำ...เสี่ยงมะเร็งร้าย

- รายการเช้าวันที่หอมขิต (ช่อง 7) วันเวลาออกอากาศ 20 ส.ค. 55 จ-ศ
เวลา 06.00-07.30 น.

2.1.2.1.2 ผลิตภัณฑ์แพรบทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์



- เผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวัน โปสทูเดย์ เดลินิวส์ คมชัดลึก มติชน ข่าวสด บ้านเมือง สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ กรุงเทพธุรกิจ จำนวน 17 เรื่อง 101 ครั้ง
 1. กระทรวงสาธารณสุข ตัดตอนสารตั้งต้นยาเสพติด คมเข้มยาแก้หวัด “ซูโดอีเฟดรีน” ต้น”เฟนิลเอพรีน”เป็นยาทดแทนแก้หวัดได้ผลใกล้เคียงกัน จำนวน 1 เรื่อง 5 ครั้ง
 2. อย.ร่วมต้อนรับปีใหม่ แนะนำวิธีเลือกกระเช้าของขวัญปลอดภัย คุ่มครองคน ไทยสุขภาพดี จำนวน 1 เรื่อง 5 ครั้ง
 3. อย.แนะเคล็ดไม่ลับเลือกอาหารปลอดภัย ใช้เช่นไหว้ในเทศกาลตรุษจีน จำนวน 1 เรื่อง 5 ครั้ง
 4. อย.ตรวจคลินิกเสริมความงามทั่วประเทศ แนะนำ...ใช้ยา เครื่องมือแพทย์ถูกกฎหมาย จำนวน 1 เรื่อง 3 ครั้ง
 5. อย.ตัดตอนสารตั้งต้นยาเสพติด คมร้านขายยาทั่วประเทศจดจำหน่ายยาแก้หวัดสูตรซูโดอีเฟดรีน จำนวน 1 เรื่อง 9 ครั้ง
 6. ปลापักเป้า เมนูสุดอันตรายมีพิษร้ายถึงชีวิต โปรดอย่าคิดรับประทาน จำนวน 1 เรื่อง 8 ครั้ง
 7. เริ่มแล้ว “อย. Quality Award 2012” ส่งเสริมจริยธรรมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 1 เรื่อง 8 ครั้ง
 8. แนวทางดำเนินการตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ยกย่อง “ซูโดอีเฟดรีน” เป็นวัตถุออกฤทธิ์ ในประเภทที่ 2 จำนวน 1 เรื่อง 8 ครั้ง



9. ใกล้ถึง 3 พ.ค. 55 แล้ว อย.เตือน ร้านขายยา คลินิกสถานพยาบาลเร่งปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนด หลังยกระดับควบคุมยาแก้หวัดสูตรผสมซูโดอีเฟดรีนเป็นวัตถุออกฤทธิ์ ในประเภทที่ 2 จำนวน 1 เรื่อง 3 ครั้ง
10. โค้งสุดท้าย! อย.แนะ 3 แนวทางส่งคืนยาสูตรผสม “ซูโดอีเฟดรีน” พร้อมเปิด อย.เป็นศูนย์กลางคืนยาให้ผู้ผลิต/ผู้นำเข้า 1-2 พ.ค.นี้ จำนวน 1 เรื่อง 6 ครั้ง
11. ขาวดี อย.ขยายเวลารับสมัคร “อย Quality Award ๒๐๑๒” ถึง 15 พ.ค.55 นี้ จำนวน 1 เรื่อง 2 ครั้ง
12. Primacy GMP มาตรฐานอาหารแปรรูป OTOP ของฝากสร้างมูลค่านำพาความปลอดภัยสู่ผู้บริโภค จำนวน 1 เรื่อง 5 ครั้ง
13. เชิดชู 65 สถานประกอบการ อาหารแปรรูป อาหารพื้นเมืองของฝากนาร่อง “Primary GMP” จำนวน 1 เรื่อง 4 ครั้ง
14. อย่าหลงเชื่อ!!! โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ระวัง! อันตรายที่แฝงมา จำนวน 1 เรื่อง 8 ครั้ง
15. เผยโฉม 32 สถานประกอบการคุณภาพคว่ำรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด 2012 จำนวน 1 เรื่อง 6 ครั้ง
16. อย.ส่งเสริมการผลิตและใช้ “ยาสามัญ” เพิ่มการเข้าถึงยาพัฒนาอุตสาหกรรมยาในประเทศอย่างยั่งยืน จำนวน 1 เรื่อง 6 ครั้ง
17. “คอนแทคเลนส์” รู้จักใช้ ปลอดภัยต่อดวงตา จำนวน 1 เรื่อง 10 ครั้ง

2.1.2.1.3 เผยแพร่ข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM 92.5 MHz. ความยาว 1 นาที จำนวน 35 เรื่อง

1. อย.เผยมาตรการแก้ปัญหาให้ประชาชนมียาจำเป็นใช้เพียงพอ วันเวลา
ออกอากาศ 29 พ.ย. 54 เวลา 19.00-19.30 น.
2. ต้อนรับปีใหม่ อย.คุมเข้ม กระเช้าที่มีผลิตภัณฑ์อาหาร ต้องแสดงฉลาก มีวัน
หมดอายุ ให้ผู้บริโภคเลือกอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้รับวันเวลา
ออกอากาศ 11 ธ.ค. 54 เวลา 19.00-19.30 น.
3. อย.แนะ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดบ้านหลังน้ำลดให้ถูกประเภท เพื่อ
ความปลอดภัยก่อนซื้อ ก่อนใช้อ่านฉลากให้ถ้วนถี่ วันเวลาออกอากาศ 29 ธ.ค.
54 เวลา 19.00-19.30 น.
4. อย.เตือนผู้บริโภคควรทดสอบการแพ้ก่อนใช้เครื่องสำอาง วันเวลาออกอากาศ 31
ธ.ค. 54 เวลา 07.00-07.30 น.
5. อย.แจ้ง ผงชี้เฝ้าจากการเผายาเสพติดไม่มีสารเสพติด วันเวลาออกอากาศ 31
ธ.ค. 54 เวลา 19.00-19.30 น.
6. จับ “พงศ์ศักดิ์คลินิก” สำนักงานใหญ่ จ.ระยอง คลินิกความงามชื่อดัง วันเวลา
ออกอากาศ 1 ม.ค. 55 เวลา 19.00-19.30 น.
7. อย.แจ้ง ผงชี้เฝ้าจากการเผายาเสพติดไม่มีสารเสพติด วันเวลาออกอากาศ
2 ม.ค. 55 เวลา 07.00-07.30 น.



8. อย.เตือน!นำเข้าผลิตภัณฑ์สำหรับนวดขนาดเล็กที่แสดงสรรพคุณทางการแพทย์ วันเวลาออกอากาศ 8 ม.ค. 55 เวลา 09.00-19.30 น.
9. อย.เตือนอย่าหลงเชื่อ เอนไซม์และน้ำเห็ดสกัด 6 สายพันธุ์อ้างรักษาโรคมะเร็ง โรคระเร็ง วันเวลาออกอากาศ 23 ม.ค. 55 เวลา 07.00-07.30 น.
10. กินฉลาด อ่านฉลาก หวาน มัน เค็มวันเวลาออกอากาศ 18 ก.พ. 55 เวลา 19.00-19.30 น.
11. อย.มอบค่า 3 ข้อใช้คอนแทคเลนส์ปลอดภัย วันเวลาออกอากาศ 19 ก.พ. 55 เวลา 07.00-07.30 น.
12. อย.เตือน! นำเข้าผลิตภัณฑ์สำหรับนวดขนาดเล็กที่แสดงสรรพคุณทางการแพทย์ วันเวลาออกอากาศ 25 ก.พ. 55 เวลา 07.00-07.30 น.
13. บุ๊กจับ เอ็ม.ดี คลินิกกล่อมบดียดความอ้วน วันเวลาออกอากาศ 16 มี.ค. 55 เวลา 19.00-19.30 น.
14. อย. แจ้งแพทย์ไม่ต้องกังวลในเรื่องของการไม่มียาแก้หวัดให้กับผู้ป่วย วันเวลาออกอากาศ 25 มี.ค. 55 เวลา 19.00-19.30 น.
15. อย.เผยพบยาแผนโบราณปนเปื้อนสเตียรอยด์ วันเวลาออกอากาศ 30 มี.ค. 55 เวลา 07.00-07.30 น.
16. ทลายแหล่งลักลอบจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร/ยา ผิดกฎหมายวันเวลาออกอากาศ 6 เม.ย.55 เวลา 07.00-07.30 น.
17. อย.ให้ร้านขายยาทั่วประเทศเร่งคืนยาสูตรผสมซูโดอีเฟดรีนวันเวลาออกอากาศ 13 เม.ย.55 เวลา 07.00-07.30 น.
18. อย.ให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้ายาสูตรผสมซูโดอีเฟดรีนปฏิบัติตามให้ถูกต้องตามกฎหมาย วันเวลาออกอากาศ 19 เม.ย.55 เวลา 07.00-07.30 น.
19. อย.ให้ทุกโรงพยาบาลทั้งรัฐและเอกชน/คลินิกที่ได้รับอนุญาตครอบครองยาซูโดอีเฟดรีน จัดทำบัญชีรับ-จ่าย วันเวลาออกอากาศ 21 เม.ย.55 เวลา 19.00-19.30 น.
20. อย.แฉอันตรายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเถื่อนอ้างลดน้ำหนัก มูลค่ากว่า 200 ล้านบาท ออกอากาศ 17 พ.ค.55 เวลา 19.00 น.
21. สารตะกั่วในลิปสติก ออกอากาศ 22 พ.ค.55 เวลา 07.00 น.
22. เตือนภัยสาวอยากผอมระวังการใช้ยาลดความอ้วน ออกอากาศ 26 พ.ค.55 เวลา 19.00 น.
23. อย.ไม่นิ่งนอนใจกรณีพบเชื้อดื้อยา ตั้งคณะทำงานทบทวนการใช้ยาปฏิชีวนะ ออกอากาศ 1 มิ.ย. 55 เวลา 19.00 น.
24. อย.เตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จัดประชุมวิชาการใหญ่ปี 55 ออกอากาศ 13 มิ.ย. 55 เวลา 07.00 น.
25. อย.เตือนระวังภัยจากยาหยอดตา ยาหอมและยาแผนโบราณเถื่อนออกอากาศ 27 มิ.ย. 55 เวลา 07.00 น.
26. ปลั่งแผ่นดินอาชญาเสพติด นายกนำทีมเผาเสพติด ออกอากาศ 26 มิ.ย. 55 เวลา 19.00 น.



27. อย.ชวนพิสุจน์ยาเสพติดก่อนนำไปเผาทำลายอย่างโปร่งใส ออกอากาศ 28 มิ.ย. 55 เวลา 19.00 น.
28. บุ๊กจับแหล่งลักลอบนำเข้าเครื่องมือแพทย์และเครื่องสำอางผิดกฎหมาย ออกอากาศ 4 ก.ค. 55 เวลา 19.00 น.
29. ไทยจัดประชุมอาเซียนร่วมกับปรับหลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนตำรับยาภายในภูมิภาคให้สอดคล้องเป็นมาตรฐานกัน เตรียมพร้อมก้าวสู่ AEC ออกอากาศ 7 ก.ค. 55 เวลา 19.00 น.
30. อย.เผยความคืบหน้าการขึ้นทะเบียนยาสามัญใหม่ ออกอากาศ 8 ก.ค. 55 เวลา 19.00 น.
31. สุดยอด 32 สถานประกอบการดี จริยธรรมเด่น คว้รางวัล อย.ควอลิตี้ อวอร์ด ประจำปี 2555 ออกอากาศ 18 ก.ค. 55 เวลา 19.00 น.
32. อย.แจงตรวจสอบยาที่นำเข้ามาในไทยอย่างเข้มงวด ขอให้ผู้บริโภคอย่างวิติก ออกอากาศ 8 ส.ค. 55 เวลา 19.00 น.
33. อย.เผย มติ ครม.ห้ามโฆษณาขายนมทารกและเด็กเล็กในสถานพยาบาลทุกแห่ง ออกอากาศ 9 ส.ค. 55 เวลา 19.00 น.
34. อย.เผยผลตรวจจับกาแฟเถื่อน ฉลากเป็นภาษาต่างประเทศ อ้างลดน้ำหนัก เตือนผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อ ออกอากาศ 14 ส.ค.55 เวลา 19.00 น.
35. อย.ยืนยันการพิจารณาอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ กระชับ รวดเร็ว ออกอากาศ 20 ส.ค. 55 เวลา 19.00 น.

2.1.2.2 ประชาสัมพันธ์ทั่วไป

2.1.2.2.1 ตรวจและวิเคราะห์ข่าว จำนวน 17,668 เรื่อง

2.1.2.2.2 แกล้งข่าว จำนวน 22 เรื่อง

4. อย.วางมาตรการป้องกันไม่ให้ยาขาดตลาดขอประชาชนมั่นใจ
5. จับเว็บไซต์ <http://spanishflyd9.blogspot.com> ลักลอบขายยาปลูกเชื้อชียานอนหลับ ยาเสียสาว เตือนผู้บริโภคอย่าตกเป็นเหยื่อ
6. ต้อนรับปีใหม่ อย. คุ่มเข้ม กระเช้าที่มีผลิตภัณฑ์อาหาร ต้องแสดงฉลากมีวันหมดอายุ ให้ผู้บริโภคเลือกอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค
7. อย.เผย ผลงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ ปี 54
8. อย.ร่วมกับตำรวจ ปคบ. จับใหญ่ส่งท้ายปี คลินิกใหญ่ ฉีดยาผิดกฎหมาย ทั้งกลูตาไธโอน โบท็อกซ์ ฟิเลเลอร์ จำนวนมาก มูลค่ากว่า 10 ล้านบาท
9. จับ “พงศ์ศักดิ์คลินิก” สำนักงานใหญ่ จ.ระยอง คลินิกความงามชื่อดัง ฉีดยาผิดกฎหมายยึดของกลางมูลค่ากว่า 20 ล้านบาท
10. บุ๊กจับแหล่งผลิตยาเถื่อน ส่งขายคลินิกผิวหนังทั่วประเทศย่านบางกรวย
11. อย.ร่วมกับเทศโก้ โลตัส เปิดตัวโครงการ “กินฉลาด ต้องอ่านฉลาก หวาน มัน เค็ม” ทิวเข้มวิธีอ่านฉลากให้ผู้บริโภค



12. จับใหญ่แหล่งจำหน่ายกาแฟเถื่อน อ้างลดน้ำหนัก และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างเสริมสมรรถภาพทางเพศย่านดอนเมืองพร้อมจับแหล่งขายส่งเครื่องสำอางผิดกฎหมาย ย่านลำลูกกา เพียบ!
13. บุกจับ “เอ็ม.ดี.คลินิก” สนง.รัชดาภิเษกและสาขาสะพานควาย ลักลอบฉีดยาลดความอ้วน และยาฉีดเสริมความงามผิดกฎหมาย เตือนหญิงสาว ระวังอย่างหลงเชื่อ
14. อย.แจ่งแพทย์ไม่ต้องกังวลในเรื่องของการไม่มียาแก้หวัดใช้ให้ผู้ป่วย
15. ทลายแหล่งลักลอบจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร/ยา ผิดกฎหมายรายใหญ่ “SKINWHITE SHOP” ย่านบางพลี จ.สมุทรปราการ รวมมูลค่ากว่า 15 ล้านบาท
16. ทลายแหล่งลักลอบผลิตยาเถื่อนรายใหญ่ ย่านมีนบุรี เตือนร้านขายยา คลินิก สั่งซื้อยาจากโรงงานที่มีใบอนุญาตถูกต้อง เพื่อให้ได้ยาที่มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อประชาชน
17. อย.เตรียมทำลายผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลางที่ผิดกฎหมายพร้อมยาชูโดอีเฟดรีน น้ำหนักกว่า 30,000 กิโลกรัม มูลค่ากว่า 221 ล้านบาท 4 พ.ค. นี้
18. 4 พ.ค. 55 ถือฤกษ์เผาและบดทำลายผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายครั้งใหญ่ น้ำหนัก 30,733 กิโลกรัม มูลค่ากว่า 221 ล้านบาท
19. อย.แฉอันตรายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเถื่อนอ้างลดน้ำหนัก และเสริมสมรรถภาพทางเพศที่ยึดได้ย่านมีนบุรี มูลค่ากว่า 200 ล้านบาท
20. บุกทลายแหล่งผลิตยาหยอดตา ยาหอม และยาแผนโบราณเถื่อนรายใหญ่ ย่านท่าเตียน เตือนผู้บริโภคระวังอันตรายที่ไม่ได้มาตรฐาน และไม่ถูกสุขลักษณะ
21. พลังแผ่นดินเอาชนะยาเสพติด นำยกนำทีมยาเสพติดปริมาณเกือบ 3 ตัน มูลค่ารวมกว่า 6,978 ล้านบาท 29 มิ.ย. นี้
22. บุกจับแหล่งลักลอบนำเข้าเครื่องมือแพทย์และเครื่องสำอางผิดกฎหมายยึดของกลางมูลค่ากว่า 3 ล้านบาท
23. อย.ร่วมกับ บก.ปคบ. บุกทลายบริษัทขายตรงผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผิดกฎหมาย รายใหญ่อ้างสรรพคุณสินค้าบำรุงสุขภาพ ยึดของกลางมูลค่ากว่า 1.2 ล้านบาท
24. อย.ลงนาม MOU กับองค์การเภสัชกรรมและโรงงานเภสัชกรรมทหารให้เป็นผู้ผลิตชูโดอีเฟดรีนสูตรเดี่ยว ป้องกันปัญหาหัวไหล
25. อย.เผยมาตรการแก้ปัญหายาปลอม โดยทำให้ยาราคาลดลง และ ปลดล็อกกฎเดิมให้จำหน่าย “ยารักษาอาการหย่อนสมรรถภาพทางเพศ” ตามใบสั่งแพทย์ได้ในร้านขายยาแผนปัจจุบัน



2.1.2.2.3 จัดทำข่าวทั่วไป จำนวน 132 เรื่อง

1. อย.คุมเข้ม! ผู้ผลิต/จำหน่าย/ขายยาแก้อ้วน ป้องกันการนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม
2. ด่วน! อย.ให้ผู้ประกอบการที่ประสบเหตุน้ำท่วมยื่นขอนำเข้าทดแทนป้องกันสินค้าขาดตลาด
3. อย.เดินหน้าให้บริการขออนุญาตผลิต/นำเข้าผลิตภัณฑ์สุขภาพในวันที่ 27-28 และ 31 ต.ค. 54
4. อย.ออกมาตรการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการเครื่องมือแพทย์และวัตถุอันตราย เพื่อจัดหาผลิตภัณฑ์ป้องกันโรคให้เพียงพอในช่วงวิกฤตน้ำท่วม โดยเฉพาะน้ำยาล้างไต
5. อย.ช่วยแก้ปัญหาขาดแคลนอาหารใช้ระบบ Fast Track พิจารณาอนุญาตด้วยความรวดเร็ว คาดเริ่มวางขายได้เร็วนี้
6. พบสารไซบูทรามินในกาแฟสำเร็จรูป Slimming Coffee นำเข้าจากจีน
7. อย.เผยแพร่เชื้อ อี.โคไลในเต้าหู้ยếmรส สั่งงดผลิตและเก็บคืนจากท้องตลาดทันที เตือนผู้บริโภคหลีกเลี่ยงรับประทาน
8. อย.ขอร้านยาเปิดขายตามปกติเปิดให้ประชาชนมียาใช้ยามน้ำท่วม
9. อย.เผยแพร่เชื้อ อี.โคไลในเต้าหู้ยếmรส สั่งงดผลิตและเก็บคืนจากท้องตลาดทันที เตือนผู้บริโภคหลีกเลี่ยงรับประทาน
10. อย.เผยแพร่ตรวจผลิตภัณฑ์อาหารทารกไม่พบเชื้อจุลินทรีย์ร้าย ขอให้ผู้บริโภควางใจ
11. อย.เผยความคืบหน้าการอนุญาตผลิตภัณฑ์อาหารระบบ Fast Track แก้ปัญหาสินค้าขาดตลาด ขอผู้บริโภควางใจ
12. ความคืบหน้าการใช้มาตรการแก้ปัญหาขาดแคลนยาช่วงวิกฤตน้ำท่วม
13. อย.เร่งฟื้นฟูสถานการณ์ประกอบการผลิตน้ำดื่ม น้ำแข็งภายหลังน้ำลด เพื่อควบคุมคุณภาพความปลอดภัย
14. อย.เผยความคืบหน้าการอนุญาตผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายผ่านระบบ Fast Track อนุมัติเร็วทันใจ สินค้าไม่สะดุด
15. อย.เผยมาตรการแก้ปัญหาให้ประชาชนมียาประจำใช้อย่างเพียงพอ
16. อย.เปิด Fast Track จัดแจ้งเครื่องสำอางผ่านอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้ประกอบการที่ประสบภัยน้ำท่วม
17. คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ ระดม 16 หน่วยงานภาครัฐร่วมขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การจัดการอาหารเพื่อความมั่นคงด้านอาหาร
18. อย.ผ่อนผันการส่งหลักฐานการต่ออายุใบอนุญาตสถานที่ผลิต/นำเข้าอาหาร บรรเทาความเดือดร้อนผู้ประกอบการที่ประสบน้ำท่วม
19. อย.เตือนอย่าเข้าใจผิด ผลิตภัณฑ์ย้อมผมไม่ใช่แชมพูใช้บ่อย...อันตราย!
20. จับหมอเถื่อนฉีดยาคอลลาเจนเสริมความงามให้กับสาววัยรุ่นย่านจตุจักร ผิดกฎหมายชัดๆ



21. อย.แนะ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดบ้านหลังน้ำลดให้ถูกประเภท เพื่อความปลอดภัยก่อนซื้อ ก่อนใช้อ่านฉลากให้ถ้วนถี่
22. อย.เตือนผู้บริโภคควรทดสอบการแพ้ก่อนใช้เครื่องสำอาง
23. เตือน! อย่าหลงเชื่อซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “ชั้น คลาร่า” พบผู้บริโภคบางรายได้รับอันตรายจากผลข้างเคียง
24. อย.ตรวจพบฉลากกระเช้าปีใหม่ในซูเปอร์มาร์เก็ตบางแห่งไม่แสดงวันหมดอายุ เตือนผู้บริโภคตรวจสอบ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปลอดภัย
25. อย.เผยผู้กระทำความผิดเฉพาะ พบ.เครื่องมือแพทย์เพียง 1 ปี ปรับไปแล้วกว่า 2 ล้านบาท
26. อย.ยืนยัน ไม่มีการนำเข้านมผงเอนฟามีลชนิดที่เป็นข่าวว่าอาจปนเปื้อนเชื้อทำทารกสหรัฐเสียชีวิต
27. อย.แจ้ง ผงซีเถ้าจากการเผายาเสพติดไม่มีสารเสพติด
28. อย.เตือน! นำเข้าผลิตภัณฑ์สำหรับนวดขนาดเล็กที่แสดงสรรพคุณทางการแพทย์ เข้าข่ายเป็นการนำเข้าเครื่องมือแพทย์ที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ มีโทษทั้งจำทั้งปรับ
29. อย.เผยมาตรการลุยตรวจคลินิกเสริมความงามทุกแห่งทุกสาขาทั่วประเทศ มิให้ผู้ให้บริการได้รับอันตราย เตือนเข้ม แพทย์ประจำคลินิก ปฏิบัติตามกฎหมาย
30. จับ บริษัท ดีวีพี คลีนเซ็นเตอร์ จำกัด ลักลอบผลิต-จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดกลิ่นพร้อมเว็บไซต์ <http://www.dvpclean.com> โฆษณาขายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิดกฎหมาย
31. อย.ยืนยัน ไทยไม่มีการนำเข้านมของบริษัท เม่งหนิว พร้อมเข้มการนำเข้านมจากจีนขอให้ผู้บริโภควางใจ
32. อย.เผย พบสารกันเสียในลูกชิ้น ส่งดผลิตและเก็บคืนจากท้องตลาดทันที เตือนผู้บริโภคหลีกเลี่ยงรับประทาน
33. อย.แนะนำวิธีเลือกซื้ออาหารปลอดภัยในช่วงเทศกาลตรุษจีน
34. อย.จัดประชุมชี้แจงประกาศการขึ้นทะเบียนยาสามัญใหม่ที่จำเป็นและเร่งด่วน เพื่อเพิ่มการเข้าถึงยา
35. อย.ลุยตลาดยิ่งเจริญตรวจอาหารปลอดภัยรับตรุษจีน
36. เตือน! อย่าหลงเชื่อ เอนไซม์ และน้ำเห็ดสกัด 6 สายพันธุ์อ้างรักษาสารพัดโรค
37. อย.มั่นใจ ฉลากจีดีเอ (ฉลากหวาน มัน เค็ม) ไม่ให้สับสนและเข้าใจง่าย
38. อย.ลุยตรวจร้านขายยาในเขต กทม. ขุมเข้มการจำหน่ายยาแก้หวัดสูตรผสมซูโดอีเฟดรีน สกัดสารตั้งต้นผลิตยาเสพติด
39. จับคลินิกลักลอบทำแท้งใช้ยาผิดกฎหมาย ย่านเทพารักษ์
40. บุกจับ “ฟ้าสาดใส คลินิกเวชกรรม” โฆษณานิดก lutka ไรโอน และยานิดเสริมความงามผิดกฎหมาย เตือนผู้บริโภคระวัง! อย่าหลงเชื่อใช้บริการ
41. อย.ย้ำ ฉลากจีดีเอ (ฉลากหวาน มัน เค็ม) เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างแท้จริง เผย เตรียมจับมือห้างค้าปลีกชื่อดังเดินสายตีวงเข้มวิธีอ่านฉลาก พร้อมเปิดตัว 9 กุมภาพันธ์ นี้
42. อย.เผยข้อเท็จจริง พร้อมขยายผลกรณีซิลิโคน PIP



43. เผยศาลพิพากษาฯ ยกฟ้องคดี อย.ไม่รับขึ้นทะเบียนยาเอดส์ Remune พร้อมยื่นการพิจารณาขึ้นทะเบียนยา อย.รับฟังความคิดเห็นรอบด้าน เน้นคุณภาพและความปลอดภัยเป็นหลัก
44. อย.ยืนยันไม่ได้นำเข้ายาคุมไฟเซอร์ Lo/ov ra L๒๘ และยาเม็ดนอร์เจสทอล/เอธิฟิลเอสตราไดอล ที่เป็นข่าวในสหรัฐ
45. บุกทลายแหล่งจำหน่ายและเก็บเครื่องสำอางผสมสารห้ามใช้รายใหญ่ ทำให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายมูลค่าของกลางกว่า 5 ล้านบาท
46. อย.แนะผู้บริโภค ซื้อยามาใช้เอง อ่านเอกสารกำกับยาให้ถ้วนถี่เพื่อความปลอดภัยในการใช้ยา
47. อย.มอบคาถา ๓ ข้อ ใช้คอนแทคเลนส์ “บึกอ้าย” อย่างปลอดภัย
48. อย.คุมเข้มผลิตภัณฑ์สุขภาพตามแนวชายแดนพบผิดกฎหมายลงโทษหนัก
49. อย.ประชุมผู้ประกอบการนำเข้าเครื่องสำอาง รองรับการเปิดเชื่อมโยงข้อมูลกับกรมศุลกากร
50. อย.ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารพื้นฐานทั่วไทยให้ได้รับเลขสารบบอาหารเชิดชูให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดนำร่องพื้นที่ จ.เลย ดูนานผลิตภัณฑ์ดีเด่น โอท็อป 5 ดาว
51. อย.เตือนผู้บริโภคอย่านำปลาปักเป้ามารับประทาน หากเป็นปลาปักเป้าพิษอาจอันตรายถึงชีวิต ย้ำ! ยังคงห้าม นำเข้า หรือ จำหน่าย ฝ่าฝืนมาโทษหนัก
52. อย.จับมือ บก.ปคบ.ลุยตรวจร้านขายยา จ.ราชบุรีพบร้านขายยา พรเพ็ญเภสัช ลักลอบขายยาผิดกฎหมายเพียบ
53. ทลายคลินิกเสริมความงามเถื่อนลักลอบฉีดยากลูตาไธโอนใกล้มหาวิทยาลัย ย่านดินแดง พบของกลางรวมมูลค่ากว่า 400,000 บาท
54. อย.แจงมีมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคชัดเจนขอประชาชนอย่าตระหนกกรณีข่าวเครื่องสำอางยี่ห้อดังปนเปื้อนโลหะหนัก
55. อย.จัดอบรมวิธีนำเข้าข้อมูลการยื่นแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางที่ปรากฏรายการในเอกสารกำกับสินค้า (Licence per invoice)
56. อย.ตีวเข้มหน่วยตรวจประเมินสถานที่ผลิตอาหารเตรียมถ่ายโอนภารกิจสู่ภาคเอกชน
57. อย.เผยพบยาแผนโบราณปนเปื้อนสเตียรอยด์เตือนผู้บริโภคอย่าซื้อมาใช้ อาจได้รับอันตราย
58. “วิทยา” ประชุมชี้แจงมาตรการควบคุมซูโดอีเฟดรีนแก่ผู้ประกอบการขีดเส้นตายให้ปฏิบัติตามกฎหมาย หลังจากนั้นหากตรวจพบลงดาบทันที โทษสถานหนัก
59. อย.เข้ม ปราบผู้ประกอบการอย่านำเครื่องสำอางที่จดแจ้งแล้วมาฉีดยา ถือเป็นการใช้ผิดวัตถุประสงค์หากตรวจพบจะถูกเพิกถอนใบรับแจ้งทันที พร้อมเตือนผู้บริโภคอย่าหวังสวย ฉีดเครื่องสำอางเข้าร่างกายอันตรายถึงชีวิต
60. อย.ให้ร้านขายยาทั่วประเทศเร่งคืนยาสูตรผสมซูโดอีเฟดรีนให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า ภายใน 3 พฤษภาคม นี้



61. อย.ให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้า ยาสูตรผสมซูโดอีเฟดรีนปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย หลังยกระดับเป็นวัตถุออกฤทธิ์
62. อย.ให้ทุกโรงพยาบาลทั้งรัฐและเอกชน/คลินิก ที่ได้รับอนุญาตครอบครองยา ซูโดอีเฟดรีน จัดทำบัญชีรับ-จ่าย และรายงานการใช้อย่างเคร่งครัด
63. “วิทยา” นำทิม ลดหวาน มัน เค็ม จัดกิจกรรมสัญจร ตีวเข้มวิธีอ่านฉลากให้ผู้บริโภค
64. อย.เผยแพร่ฉบับหน้าการรับคืนยาซูโดอีเฟดรีน และลงดาบพักใช้ใบอนุญาตร้านขายยา ที่ฝ่าฝืนกรณีซูโดอีเฟดรีน ดีเคย์ 1 พ.ค. 55
65. อย.เจ้าภาพจัดประชุมภาคีสมาชิกเศรษฐกิจอาเซียน ครั้งที่ 15 ผนึกกำลังจัดทำ พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์อาเซียน
66. กรณีพบเชื้อวัณโรคในสหรัฐ อย. ย้ำ! มีมาตรการคุมเข้ม ขอประชาชนอย่าหว้นวิตก
67. 1 พ.ค. 55 ผู้นำเข้าเครื่องสำอางทุกราย ต้องยื่นแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางเพื่อรับใบรับแจ้งการนำเข้า (Licence per invoice) ก่อนการนำเข้าทุกครั้ง
68. โค้งสุดท้าย! อย. เนะ 3 แนวทางส่งคืนยาสูตรผสม “ซูโดอีเฟดรีน” พร้อมเปิด อย.เป็นศูนย์กลางคืนยาให้ผู้ผลิต/ผู้นำเข้า 1-2 พ.ค.นี้
69. อย.ไม่ขยายเวลาส่งคืนยา เดินหน้าออกมาตรการคุมเข้มการสั่งซื้อซูโดอีเฟดรีนทั้ง ผู้ซื้อ/ผู้ขาย พร้อมเผยแพร่คืนยาซูโดอีเฟดรีน รวมปริมาณ 20.78 ล้านเม็ด/ แคปซูล ยาบ้า 11.7 ล้านมิลลิกรัม
70. อย.เตรียมออกประกาศ ปรับปรุงแบบแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางควบคุม แก้ปัญหาการนำเครื่องสำอางมาใช้เป็นยาฉีด
71. อย.เตือนอันตราย กรณีนักเรียนฉีดกรดอะมิโนกระตุ้นช่วงสอบและกรณีฉีดน้ำมัน มะกอกเพิ่มขนาดอวัยวะเพศ
72. อย.จับมือภาคเอกชนลงนามบันทึกความร่วมมือคุมเข้มซูโดอีเฟดรีน
73. อย.เผยแพร่สารตะกั่วในลิปสติกชื่อดังขอให้หยุดใช้ก่อนจนกว่าจะทราบผลวิเคราะห์
74. อย.ยืนยันไม่มีการนำเข้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปผสมเนื้อสุนัข
75. อย.เตือนภัยสาวอยากผอม ระวัง การใช้ยาลดความอ้วน ห้าม! ซื้อมากินเอง เด็ดขาด เสี่ยงอันตรายต่อระบบหัวใจและหลอดเลือด รุนแรงถึงขั้นเสียชีวิต
76. อย.เตือนอย่าใช้ยาแก้ปวดพาราเซตามอลพร้อมเนะ วิธีเลือกใช้อย่างถูกต้อง เพื่อความปลอดภัยจากการใช้ยา
77. อย.รวมพลังเครือข่ายภาคประชาชน ลดการใช้น้ำมันทอดซ้ำ รู้เท่าทันการโฆษณา
78. อย.ไม่นิ่งนอนใจกรณีพบเชื้อดื้อยา ตั้งคณะทำงานทบทวนการใช้ยาปฏิชีวนะ
79. อย.เตรียมออกประกาศแก้ไขนิยาม “นมโค” และการแสดงผล
80. วิทยาเสนอ Primary GMP เข้า ครม.ผลักดันอาหารแปรรูปของฝากทั่วไทยได้มาตรฐาน
81. อย.ตีวเข้มเตรียมพร้อมนำระบบ GHS มาใช้ในการแสดงฉลากวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน



82. สธ.เร่งผลักดัน อาหารแปรรูป อาหารพื้นเมือง ของฝากทั่วไทยให้ได้มาตรฐาน “Primary GMP” พร้อมมอบเกียรติบัตรเพื่อเป็นขวัญกำลังใจ
83. อย.ติวเข้ม เตรียมความพร้อมทุกภาคส่วน ก่อนบังคับใช้ประกาศจีเอ็มพีฉบับใหม่ ต.ค. 55
84. อย.เตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จัดประชุมวิชาการใหญ่ ประจำปี 55 ภายใต้แนวคิด “Quality Health Product to be SMART toward AEC2015”
85. อย.จัดประชุมผู้ประกอบการด้านวัตถุดิบอันตรายเพื่อรับทราบแนวทางปฏิบัติตามกฎหมายใหม่อย่างถูกต้อง
86. อย.แจ้งกรณีน้ำบาดาลอ่างรักษาโรค/เสริมสมรรถภาพทางเพศ
87. อย.เอาจริง ลุยตรวจสอบบริษัทฯ หลังพบลักลอบจำหน่ายยาน้ำแก๊สไปขายในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ นำไปเป็นส่วนผสมผลิตยาเสพติด 4x100
88. ระวัง!! อย่าหลงเชื่อผู้แอบอ้างทำหนังสือครอบ 38 ปี อย. ย้ำ! อย.ไม่มีนโยบายจัดทำหนังสือครอบปี
89. อย.ยันไทยไม่มีการนำเข้านมจากจีนที่มีข่าวปนเปื้อนสารปรอท
90. อย.ชวนพิสูจน์ยาเสพติดก่อนนำไปเผาทำลายอย่างโปร่งใส
91. อย.เผยแพร่จัดแจ้งเครื่องสำอางก่อประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคยื่นขึ้นกฎระเบียบของไทยไม่เป็นอุปสรรคต่อการลงทุน
92. อย.เปิดรับสมัครผู้ประกอบการนำเข้ายา/วัตถุเสพติดเข้าฟังประชุมชี้แจงการยื่นแจ้งรายละเอียดผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์
93. อย.เผยเริ่มใช้ “แบบแจ้งรายละเอียดการผลิต/นำเข้าเครื่องสำอาง” แบบใหม่แล้ว
94. อย.จัดอบรมบุคลากรทางการแพทย์ เสริมความรู้ด้านวัตถุเสพติดที่ใช้ในทางการแพทย์เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค
95. ไทยจัดประชุมอาเซียนร่วมกับปรับหลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนตำรับยาภายในภูมิภาคให้สอดคล้องเป็นมาตรฐานเดียวกัน เตรียมพร้อมก้าวสู่ AEC
96. สธ.เปิดอบรมหลักเกณฑ์ PRIMARY GMP ติวเข้มผู้ประกอบการอาหารแปรรูป ยกระดับของฝากทั่วไทย
97. อย.แจ้งผลตรวจสอบข้อมูลยาของบริษัทชื่อดังที่เป็นข่าวละเมิดกฎหมายสหรัฐ
98. อย.จับมือ DSI ร่วมปราบปรามผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายเพื่อผู้บริโภคปลอดภัย
99. อย.เผยความคืบหน้าการรับขึ้นทะเบียนยาสามัญใหม่โดยรับผลการศึกษาชีวสมมูลจากต่างประเทศโดยรับผลการศึกษาชีวสมมูลจากต่างประเทศเพื่อเพิ่มการเข้าถึงยา
100. อย.เข้มเดินหน้าตรวจร้านขายยาภาคใต้ป้องกันไม่ให้มีการนำเข้ายาน้ำแก๊สไปใช้ผิดวัตถุประสงค์
101. อย.ผนึกกำลังภาคธุรกิจ พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เตรียมพร้อมรับ AEC ในปี 2558
102. อย.ขานรับเร่งรัดบังคับใช้กฎหมายให้เภสัชกรอยู่ปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลาเปิดทำการ



103. สุดยอด! 32 บริษัทสถานประกอบการดีจริยธรรมคว่ำรางวัล อย.ควอลิตี้ อวอร์ด ปี 2555
104. อย.จัดใหญ่เปิดเวทีวิชาการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างภาครัฐและเอกชนพร้อม นำผลิตภัณฑ์สุขภาพไทยก้าวไกลสู่ AEC
105. อย.ลงโทษหนัก “โรงแร่เจ็ดตา” ที่สมุทรสาครลักลอบผลิต/ขายปลาปักเป้า และปลาเส้นโรยงาอบแห้งที่มีปริมาณสารพิษสูงเตือนผู้บริโภคระวัง
106. อย.จัดติวเข้มผู้ตรวจประเมินสถานที่ผลิตอาหารแปรรูปทั่วประเทศพร้อมเชิญ ชวนผู้ประกอบการฯเข้ารับการตรวจประเมินตามมาตรฐาน Primary GMP
107. อย.เตือนอย่าหลงเชื่อข่าวลือ !! เครื่องดื่มชูกำลังป้องกันโรคมือเท้าปากได้ ชั่วร้าย! อาจอันตรายต่อชีวิต
108. อย.เผยแพร่ลูกชิ้นปลาเส้นทำจากเนื้อปลานำเข้ามีสารพิษอันตรายเร่งดำเนินคดี กับโรงงานผลิตแล้ว
109. อย.แจกตรวจสอบยาที่นำเข้ามาในไทยอย่างเข้มงวดขอให้ผู้บริโภคอย่าวิตก
110. อย.เผยมติ ครม. ห้ามโฆษณาขายนมทารกและเด็กเล็กในสถานพยาบาลทุกแห่ง
111. อย.เฝ้าระวังตรวจสอบคุณภาพผัก ผลไม้ ในท้องตลาดอย่างต่อเนื่อง ขอให้ ผู้บริโภค มั่นใจในความปลอดภัย
112. อย.เตือนชายหรือครอบครองวัตถุออกฤทธิ์ในร้านขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาตมี โทษสถานหนัก
113. อย.แจกกำลังเร่งส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตเกลือเสริมไอโอดีนให้ได้มาตรฐาน
114. อย.เผยแพร่ตรวจจับกาแฟเถื่อน ฉลากเป็นภาษาต่างประเทศอ้างลดน้ำหนัก เตือนผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อ
115. รวมพล อย.น้อยพลังเล็กๆที่ยิ่งใหญ่เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค
116. อย.จัดประชุมชี้แจงมาตรการควบคุมเครื่องมือแพทย์ของกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อยกระดับเทียบเท่าสากล
117. อย.เผยไทยยังคุมเข้มการใช้สารเร่งเนื้อแดงในเนื้อหมู อย.ตรวจสอบต่อเนื่อง
118. อย.ยืนยันการพิจารณาอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ กระชับ รวดเร็ว
119. อย.เผยแพร่พบสิ่งปนเปื้อนในพาสต้า
120. อย.เตือนผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อเครื่องสำอางเสริมเซลล์หรือนิดสเต็มเซลล์ เพื่อ ความงามอาจได้รับอันตรายได้
121. อย.เผยกฎกระทรวงเกี่ยวกับการขออนุญาตและจัดแจ้งรายละเอียดเครื่องมือ แพทย์ฉบับใหม่มีผลบังคับใช้แล้ว
122. อย.เตือนผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อผลิตภัณฑ์ “ลองกานอยด์” จัดแจ้งเป็น เครื่องสำอาง เฝ้าโฆษณาสรรพคุณในทางยา อดอ้างรักษาโรคข้อเสื่อม
123. เผย กฎระเบียบของ อย. มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพเครื่องสำอางไทย ย้ำ! ไม่เป็น อุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง
124. อย.เตือนภัย วัยรุ่นใช้ “ทินท์” ทาปากระวัง! เจอของไม่ได้มาตรฐาน เสี่ยงแพ้ ปากบวม



125. สุดยอด ๒๒ อปท. ดีเด่นงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค รับโล่ประกาศเกียรติคุณ จาก รมว.สธ. เดินหน้าพัฒนาระบบสุขภาพประชาชน ลดอัตราเสี่ยงจากผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ได้มาตรฐาน
126. อย.แจงเพิ่มภารกิจคณะกรรมการกำหนดระบบบริหารยาฯ เพื่อประสิทธิภาพ ความคล่องตัวในการบริหาร
127. อย.อำนวยความสะดวกเต็มที่ในการนำเข้าฯ น้ำเกลือบริจาคเพื่อการกุศล และนำเข้าฯ เพื่อจำหน่าย
128. อย.แจ้งข่าวดี ปรับลดราคายาสำหรับผู้ป่วยมะเร็งและยาสามัญสั้น ลดฮวบกว่า 22% เริ่มใช้ 1 ต.ค. 55 นี้
129. อย.เตือนหญิงสาว อย่างหลงเชื่อการฉีดยาเจเนเพื่อเสริมความงาม นอกจากได้รับยาฉีดที่ผิดกฎหมาย อาจเกิดอาการแพ้ที่รุนแรง อันตรายถึงชีวิตได้
130. อย.เตือน อย่าซื้อ อย่าใช้ เครื่องสำอางอันตราย 34 รายการ เสี่ยง ! หน้าพัง ย้ำ หากฝ่าฝืนผลิต หรือขาย ลงโทษทั้งจำ ทั้งปรับ
131. อย.เผยโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไอ้จ๋วนสรรพคุณเกินจริงครองแชมป์ ร้องเรียนอันดับ 1 พร้อมเตือนผู้บริโภคระวัง “วิตามินลดน่อง” ไม่ผ่านการรับรอง อย.
132. อย.ผ่อนปรนระเบียบการขอหนังสือรับรองประกอบการนำเข้าเครื่องมือแพทย์ มีผล 21 ก.ย. 55 เป็นต้นไป

2.1.2.2.4 โครงการส่งเสริมจริยธรรมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ (อย. Quality Award)

เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย มีคุณภาพมาตรฐาน โดยใช้มาตรการต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งหนึ่งในมาตรการนั้น คือ การส่งเสริมผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ ที่จะพัฒนาปรับปรุงสถานที่ผลิตให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ปราศจากสารปนเปื้อน มีข้อความในฉลากครบถ้วน มีการโฆษณาที่ถูกต้องให้ข้อมูลครบถ้วนตามความเป็นจริง รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีคุณธรรม จริยธรรมในการประกอบกิจการ โดยการพัฒนาสถานที่ผลิตให้ทันสมัยได้มาตรฐานอยู่เสมอ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก หากสถานประกอบการมีจิตสำนึกถึงความรับผิดชอบต่อชีวิตและความปลอดภัยของผู้บริโภค มีคุณธรรมและจริยธรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยสู่ประชาชน ก็จะช่วยลดปัญหาอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพต่าง ๆ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค การส่งเสริมจริยธรรมสถานประกอบการด้วยการมอบรางวัล อย. Quality Award เพื่อกระตุ้นจิตสำนึก เป็นกำลังใจกับสถานประกอบการที่ดี และเป็นแบบอย่างให้กับสถานประกอบการอื่น ๆ ซึ่งครั้งนี้ นับเป็นครั้งที่ 4 โดยจัดให้มีพิธีมอบรางวัลดังกล่าว เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2555 ณ ห้องแกรนด์ บอลรูม โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ โดยได้รับเกียรติจาก นพ.สุรวิทย์ คนสมบูรณ์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข เป็นประธาน มอบรางวัลให้แก่สถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพด้านต่าง ๆ ได้แก่ อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน และผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน รวมทั้งสิ้น 32 ราย ดังนี้





ประกอบการด้านอาหาร จำนวน 12 ราย

- | | |
|---|---------------|
| 1. โครงการสวนพระองค์ สวนจิตรลดา | กรุงเทพฯ |
| 2. บริษัท ซี.พี.ค้าปลีกและการตลาด จำกัด | จ.ปทุมธานี |
| 3. บริษัท ไทยยูเนี่ยนโพรเซสโปรดักส์ จำกัด (มหาชน) | จ.สมุทรสาคร |
| 4. บริษัท แปซิฟิกแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด | จ.สงขลา |
| 5. บริษัท พิบูลย์ชัยน้ำพริกเผาไทยแม่ประนอม จำกัด | กรุงเทพฯ |
| 6. บริษัท เพอร์ซิเดนซ์ เบเกอรี่ จำกัด (มหาชน) | กรุงเทพฯ |
| 7. บริษัท แฟชั่นฟู้ด จำกัด | จ.นครปฐม |
| 8. บริษัท วันไทยอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด | กรุงเทพฯ |
| 9. บริษัท สกายไลน์ เฮลท์แคร์ จำกัด | จ.ปทุมธานี |
| 10. บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) | จ.ชลบุรี |
| 11. บริษัท อิมพีเรียลเยนเนอรัลฟู้ดส์อินดัสทรี จำกัด | จ.สมุทรปราการ |
| 12. บริษัท เอฟแอนด์เอ็น ยูไนเตด จำกัด | กรุงเทพฯ |

- สถานประกอบการด้านยา จำนวน 6 ราย

- | | |
|--|---------------|
| 1. บริษัท ฟาร์มา อินโนวา จำกัด | จ.ปทุมธานี |
| 2. บริษัท ยูนิชั่น จำกัด | จ.ฉะเชิงเทรา |
| 3. บริษัท บางกอกแกล๊ป แอนด์ คอสเมติก จำกัด | จ.ราชบุรี |
| 4. บริษัท ไบโอแลป จำกัด | จ.สมุทรปราการ |
| 5. บริษัท องค์การเภสัชกรรม-เมอร์ริเออร์ชีวัตถุ จำกัด | จ.ฉะเชิงเทรา |
| 6. บริษัท อ้วยอันโอสถ จำกัด | กรุงเทพฯ |

- สถานประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์ จำนวน 3 ราย

- | | |
|---------------------------------|----------------|
| 1. บริษัท ชัวร์เท็กซ์ จำกัด | จ.สุราษฎร์ธานี |
| 2. บริษัท เอ็ม.อี.นิคคิโซ จำกัด | จ.ฉะเชิงเทรา |
| 3. บริษัท เอ็ม.อี.เมดิเทค จำกัด | กรุงเทพฯ |

- สถานประกอบการด้านเครื่องสำอาง จำนวน 5 ราย

- | | |
|---|--------------|
| 1. บริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล แมนูแฟคเจอริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด | จ.ฉะเชิงเทรา |
| 2. บริษัท แพน ราชเทวี กรู๊ป จำกัด (มหาชน) | จ.ปทุมธานี |



3. บริษัท ไมลทท์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด จ.สมุทรปราการ
 4. บริษัท อินเทอร์เน็ตชั่นแนล แลบบอราทอรีส์ จำกัด จ.สมุทรปราการ
 5. บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเทอร์เน็ตชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) จ.ชลบุรี
- สถานประกอบการด้านวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน จำนวน 2 ราย
 1. บริษัท เซอร์วิวด์ เคมิคอล จำกัด (มหาชน) จ.ฉะเชิงเทรา
 2. บริษัท ลัดดา จำกัด กรุงเทพฯ
 - สถานประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน จำนวน 4 ราย
 1. วิสาหกิจชุมชนมันเกรียบสามเหลี่ยมทองคำ จ.เชียงราย
 2. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองคู จ.ศรีสะเกษ
 3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตพืชสมุนไพรบ้านเกาะลอย จ.จันทบุรี
 4. วิสาหกิจชุมชนบ้านชนมปั้นชลธิ์เมืองเก่าชัยบุรี จ.พัทลุง

2.1.3 ผลการดำเนินการร้องเรียน

ในปีงบประมาณ 2555 (1 ต.ค.54 – 30 ก.ย.55) มีเรื่องร้องเรียนเข้ามารวมทั้งสิ้น 1,293 เรื่อง เป็นเรื่องเกี่ยวกับอาหารสูงถึงร้อยละ 45.39 โดยประเด็นที่มีการร้องเรียนเข้ามามาก คือ การโฆษณาอาหาร เกินจริง / ไม่ได้ขออนุญาต, การขายยาโดยไม่ขออนุญาต / ขายยาโดยไม่มีเภสัชกร / ขายยาหมดอายุ ยาชุด, การโฆษณายา เกินจริง / ไม่ได้ขออนุญาต, ฉลากอาหาร ไม่ระบุวันเดือนปี ผลิต/หมดอายุ ไม่มีเลขสารบบอาหาร และร้านค้า ห้างสรรพสินค้า จำหน่ายสินค้าหมดอายุ

ช่องทางที่มีการร้องเรียนมากที่สุดคือ โทรศัพท์ ร้อยละ 39.36 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 25.75, จดหมาย/หนังสือ ร้อยละ 24.83, มาเอง ร้อยละ 7.81, ตู้ ปณ. 1556 ร้อยละ 1.62 และโทรสาร ร้อยละ 0.62

สถิติการรับเรื่องร้องเรียน ปีงบประมาณ พ.ศ.2555

เรื่องที่ร้องเรียน	เดือน												
	ตค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	รวม
ยา	15	11	13	33	19	17	29	25	33	41	24	28	288
อาหาร	34	67	45	49	58	56	37	32	47	56	59	46	586
เครื่องสำอาง	9	4	12	11	38	17	15	13	22	24	19	32	216
เครื่องมือแพทย์	4	5	4	2	21	6	3	11	9	6	6	4	81
ยาเสพติด	0	2	0	3	5	0	3	0	1	1	11	2	28
วัตถุอันตราย	0	3	2	1	2	1	1	0	0	0	1	2	13
อื่น ๆ	1	4	7	11	7	10	10	4	11	6	5	5	81
รวม	63	96	85	110	150	107	98	85	123	134	125	119	1,293



ที่ผ่านมา จากการวิเคราะห์ข้อมูลร้องเรียนพบว่าประเด็นที่ผู้บริโภคมีการร้องเรียนเข้ามาเป็น 10 ลำดับแรก มีรายละเอียด ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลร้องเรียน (1 ตุลาคม 2554 –30 กันยายน 2555)

ปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ประเด็นที่มีการร้องเรียนสูง 10 ลำดับแรก ได้แก่

ลำดับ	กรณีร้องเรียน	ปีงบประมาณ 55 (จำนวนครั้ง)	รายละเอียด
1	โฆษณาอาหาร	157	โฆษณาเกินจริง โฆษณาได้รับอนุญาตหรือไม่
2	การขายยา ¹	111	ขายยาโดยไม่ขออนุญาต ขายยาโดยไม่มี เภสัชกร ขายยาหมดอายุ ยาชุด
3	โฆษณายา	98	โฆษณาเกินจริง โฆษณาได้รับอนุญาตหรือไม่
4	ฉลากอาหาร ²	60	ฉลากไม่ระบุ ว.ด.ป.ที่ผลิต/หมดอายุ ฉลากไม่มีเลขสารบบอาหาร
5	ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า	58	จำหน่ายสินค้าหมดอายุ ไม่มีคุณภาพ ชิ้นรา
6	น้ำดื่ม	52	น้ำดื่มไม่มี อย. น้ำดื่มสกปรก สงสัยคุณภาพ
7	โฆษณาเครื่องสำอาง	43	โฆษณาโอ้อวด เกินจริง หลอกลวง
8	เครื่องมือแพทย์	42	โฆษณาเกินจริง โฆษณาได้รับอนุญาตหรือไม่
9	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	39	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ปลอม ไม่มีเลขสารบบอาหาร
10	เครื่องดื่ม	34	เครื่องดื่มไม่มี อย. เครื่องดื่มสกปรก

หมายเหตุ : กรณีร้องเรียน “การขายยา” จำนวน 111 ครั้ง พบการร้องเรียนเกี่ยวกับการขายยาโดยไม่มีเภสัชกร จำนวน 35 ครั้ง

นอกจากนี้ยังมีการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผ่านช่องทางร้องเรียน ประมาณ 22,000 ราย/เดือน โดยส่วนมากเป็นการสอบถามเกี่ยวกับ

1. การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น การขอขึ้นทะเบียนอาหาร ยา, การจดแจ้งเครื่องสำอาง เป็นต้น

¹ การขายยา หมายถึง การขายยาของร้านขายยา รวมทั้ง การขายยาของแผงขายสมุนไพร รถเร่ ร้านชำ มินิมาร์ท และห้างสรรพสินค้า ด้วย

² ฉลากอาหาร หมายถึง ฉลากอาหารทุกประเภท ยกเว้น น้ำดื่ม



2. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ทะเบียนอาหารจริงหรือไม่, ยานี้มีทะเบียนจริงหรือไม่ การโฆษณาได้รับอนุญาตหรือไม่, เครื่องสำอางผ่าน อย. หรือไม่ เป็นต้น

สถิติการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ผลการดำเนินงานเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ช่วงวันที่ 1 ตุลาคม 2554 ถึง 30 กันยายน 2555)

ประเภทผลิตภัณฑ์สุขภาพ

รายการ	อาหาร	ยา	เครื่องสำอาง	เครื่องมือแพทย์	วัตถุอันตราย	อื่น ๆ	รวม
การเฝ้าระวังโฆษณา	2,455	762	3,524	285	236	0	7,262
ผลการดำเนินงานแก้ไข	1,986	413	1,995	139	75	0	4,608

ประเภทสื่อ

รายการ	นิตยสาร	เว็บไซต์	เคเบิลทีวี	ฟรีทีวี	นสพ	วิทยุ	รวม
อาหาร	1,154	364	189	603	53	92	2,455
ยา	286	215	73	118	9	61	762
เครื่องสำอาง	2557	317	61	551	16	22	3,524
เครื่องมือแพทย์	124	146	1	9	3	2	285
วัตถุอันตราย	38	129	2	64	0	3	236
ยาเสพติด	0	0	0	0	0	0	0
อื่น ๆ	0	0	0	0	0	0	0
รวม	4,159	1,171	326	1,345	81	180	7,262



กิจกรรมที่ 2.2 รมรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง รู้จักดูแลสุขภาพ ด้วยการพึ่งพาตนเอง หลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยง มีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ รวมถึง มีพฤติกรรมการปกป้องสิทธิ โดยการร้องเรียน แจ้งเบาะแส เมื่อพบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ได้ดำเนินงาน ดังนี้

2.2.1 โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง

2.2.1.1 โครงการ ออย.น้อย “การสร้างสรรค์สุขภาพดี ผ่านเทคโนโลยี Social Media”

ปีงบประมาณ พ.ศ.2555 โครงการ ออย.น้อย เน้น การสร้างสรรค์สุขภาพดี ผ่านเทคโนโลยี Social Media โดยการมุ่งเน้นความร่วมมือจากสมาชิก ออย.น้อย ทั่วประเทศในการตรวจสอบ/เฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการโฆษณาที่โอ้อวดเกินจริง โดย ออย. จะส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดตั้ง/พัฒนาศูนย์รับแจ้งข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพ ขึ้นในชมรม ออย.น้อย ของโรงเรียนแกนนำทั่วประเทศ และนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาช่วยในการทำกิจกรรม ออย.น้อย ด้วยหวังว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ จะสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมทำกิจกรรมมากขึ้น รวมถึงมีความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เหมาะสมปลอดภัย สามารถนำกิจกรรม ออย.น้อย ไปพัฒนาหรือแก้ไข ปัญหาพฤติกรรมสุขภาพและสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนได้ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้พัฒนาโครงการ ออย.น้อย ให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน โดยมีการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

1. สนับสนุนงบประมาณส่งเสริมการดำเนินกิจกรรม ออย.น้อย โดย
 - สนับสนุนโรงเรียนในส่วนภูมิภาคที่สังกัด สพฐ. ทำกิจกรรม ออย.น้อย 183 เขต พื้นที่การศึกษา ๆ ละ 10,000 บาท (สนับสนุนผ่านสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด)
 - สนับสนุนงบประมาณให้ สสจ. ในการทำกิจกรรม ออย.น้อย จังหวัดละ 40,000 บาท
2. จัดประชุม/เวทีสัมมนาวิชาการ โดย
 - 2.1 จัดประชุมคณะกรรมการครูแกนนำ ออย.น้อย จำนวน 2 ครั้ง ดังนี้
 - ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2555 ณ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค กรุงเทพฯ
 - ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2555 ณ โรงแรมทีเค พาเลซ แจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ
3. ส่งเสริม/สนับสนุนให้เกิดศูนย์รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพในชมรม/ชุมชน ออย.น้อย โดย
 - 3.1 สนับสนุนงบประมาณจัดอบรมเชิงปฏิบัติการครูและนักเรียนแกนนำ ออย.น้อย ระดับเขต จำนวน 18 เขต ๆ ละ 170,000 บาท
 - 3.2 จัดอบรมครูและนักเรียนแกนนำ ออย.น้อย กรุงเทพมหานคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2555 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ
 - 3.3 จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ศูนย์รับแจ้งข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน 36,400 แผ่น พร้อมจัดส่ง สสจ.ทั่วประเทศ





3.4 จัดทำสติ๊กเกอร์สำหรับติดที่กล่องรับแจ้งข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพ อย.น้อย จำนวน 300 แผ่น พร้อมจัดส่ง สสจ.ทั่วประเทศ



4. การพัฒนากิจกรรม อย.น้อย ในสถานศึกษา โดยการ

4.1 พัฒนา/ปรับปรุงคู่มือแผนการจัดการเรียนรู้ ดังนี้

- จัดพิมพ์คู่มือแผนการจัดการเรียนรู้กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน อย.น้อย ระดับชั้นประถมศึกษา ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2555 จำนวน 32,000 เล่ม
- จัดพิมพ์คู่มือแผนการจัดการเรียนรู้กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน อย.น้อย ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2555 จำนวน 12,500 เล่ม
- จัดพิมพ์คู่มือแผนการจัดการเรียนรู้กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน อย.น้อย ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2555 จำนวน 5,000 เล่ม

4.2 จัดงานมหกรรม อย.น้อย'55 เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์การดำเนินงานระหว่างกัน เมื่อวันที่ 14-16 สิงหาคม 2555 ณ โรงแรมทีเค พาเลส แจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ



4.3 จัดทำคู่มือองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับเป็นแนวทางในการให้นักเรียน ให้ความรู้แก่ครอบครัว ชุมชน และเครือข่าย โดยดำเนินการ ดังนี้

- จัดพิมพ์คู่มือ ออย.น้อย ระดับประถมศึกษา จำนวน 100,000 เล่ม
- จัดพิมพ์คู่มือ ออย.น้อย ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 65,000 เล่ม

5. การสำรวจและพัฒนาฐานข้อมูล ออย.น้อย

เพื่อวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของโครงการ ออย.น้อย และเพื่อพัฒนาและจัดทำฐานข้อมูลของโครงการ ออย.น้อย โดยการดำเนินการจัดจ้างดำเนินโครงการการประเมินผลเชิงวิเคราะห์และการพัฒนาระบบฐานข้อมูลของโครงการ ออย.น้อย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 กับคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ซึ่งมีการดำเนินการ ดังนี้

5.1 สำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย ได้แก่ นักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนประถมศึกษาโอกาส และโรงเรียนประถมศึกษา ที่สังกัด สพฐ. สช. และ กทม. ที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย



5.2 สำรวจประโยชน์ของโครงการ และวิเคราะห์ความพึงพอใจ ความต้องการ ตลอดจนความคาดหวังของผู้เข้าร่วมโครงการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับโครงการ ได้แก่ นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ ออย.น้อย เช่น ครูแกนนำ ออย.น้อย ผู้บริหารโรงเรียน ผู้ปกครอง สสจ. เป็นต้น

5.3 สำรวจและรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของโครงการ ออย.น้อย เพื่อนำมาพัฒนาและจัดทำฐานข้อมูล ออย.น้อย โดยดำเนินการกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ออย.น้อย ได้แก่ เจ้าหน้าที่พื้นที่เขตการศึกษาทุกจังหวัด เจ้าหน้าที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ครูแกนนำ ออย.น้อย

5.4 ปรับปรุงและพัฒนาฐานข้อมูลของโครงการ ออย.น้อย

6. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และสนับสนุนการจัดกิจกรรม ออย.น้อย

โดยการสนับสนุนสื่อ ให้กับเครือข่าย ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และโรงเรียนในการดำเนินกิจกรรม ออย. น้อย โดยปีนี้มีผลิตสื่อ ได้แก่

- ประภาศนีบัตร แจกครูและนักเรียน แกนนำ ออย.น้อย จำนวน 1,500 ใบ
- ปากกาพลาสติก จำนวน 11,000 ด้าม
- ถุงผ้าสปันบอนด์ จำนวน 9,000 ใบ
- กระเป๋าผ้าดิบ จำนวน 3,000 ใบ



- กระเป๋าสีดินสอมีซิป จำนวน 4,800 ใบ
- เสื้อโปโล จำนวน 2,120 ตัว
- เสื้อยืดคอวี จำนวน 1,320 ตัว

7. การดำเนินงานผ่านเทคโนโลยี Social Media

ได้มีการจัดกิจกรรม ออย.น้อย ผ่านเทคโนโลยี Socail Media ได้แก่ facebook และ เว็บไซต์ oryornoi โดยได้จัดให้มีกิจกรรมต่างๆ เช่น

- การตอบคำถามชิงรางวัลประจำสัปดาห์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ และอื่นๆ ผ่าน facebook ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-กรกฎาคม 2555 รวม 25 ครั้ง
- กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ผ่าน facebook เพื่อสะสมคะแนนสูงสุดในการร่วมกิจกรรม เพื่อเข้าร่วมงานมหกรรม ออย.น้อย'55 จำนวน 10 รางวัล
- ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรมโครงการ ออย.น้อย เช่น ศูนย์รับแจ้งข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพ ออย.น้อย การประชุมคณะกรรมการครูแกนนำ ออย.น้อย และ งานมหกรรม ออย.น้อย'55 เป็นต้น ผ่าน facebook twitter และ เว็บไซต์ oryornoi
- การ update ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมโครงการ ออย.น้อย และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผ่าน เว็บไซต์ oryornoi.com

8. สรุปผลการดำเนินงาน

8.1 นักเรียน ออย.น้อย มีพฤติกรรมการใช้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี ร้อยละ 75.32

โดยการประเมินพฤติกรรมการใช้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนประถมศึกษาโอกาส และโรงเรียนประถมศึกษา จำนวน 2,000 คน ใน 5 ภาคฯ ละ 2 จังหวัด ได้แก่ กทม. และปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพฯ และจังหวัดนนทบุรี ภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ และจังหวัดอุบลราชธานี ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสงขลา และจังหวัดตรัง

8.2 จำนวนสถานศึกษาที่ดำเนินกิจกรรม ออย.น้อย

- โรงเรียนมัธยมศึกษา ร้อยละ 70.27
- โรงเรียนประถมศึกษาโอกาส ร้อยละ 75.72
- โรงเรียนประถมศึกษา ร้อยละ 19.39

8.3 จำนวนสถานศึกษาที่ดำเนินกิจกรรม ออย.น้อย ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานในระดับดีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 49.44

2.2.1.2 โครงการอาหารปลอดภัย “คนฉลาดอ่านฉลาก”

เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้ประโยชน์จากฉลากอาหารในการเลือกบริโภคได้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานะด้านสุขภาพของตนเอง รวมทั้งสามารถอ่านฉลากโภชนาการได้อย่างเข้าใจ เพื่อสามารถใช้ประโยชน์และควบคุมการบริโภคอาหารอย่างเหมาะสม ซึ่งในปีงบประมาณ 2555 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. จัดทำโครงการอาหารปลอดภัย ประจำปี 2555
2. มีการปรับเปลี่ยนกิจกรรมโครงการอาหารปลอดภัย จากการเผยแพร่สโปดโทรทัศน์ เป็นการจัดทำแผ่นพับและสมุดโน้ต ฉลาก หวาน มัน เค็ม



3. จัดทำสื่อสนับสนุน จำนวน 1 เรื่อง ดังนี้

- แผ่นพับฉลาก หวาน มัน เค็ม จำนวน 400,000 แผ่น
- สมุดโน้ตฉลาก หวาน มัน เค็ม จำนวน 250,000 เล่ม

2. ผลิตและเผยแพร่สื่อให้กับ สสจ.ทั่วประเทศ จำนวน 2 เรื่อง ดังนี้

- แผ่นพับ ภัยร้ายน้ำมันทอดซ้ำ
- โปสเตอร์ PRIMARY GMP



2.2.1.3 โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย “ร้อยเรื่อง เตือนภัย โฆษณาเกินจริง”



เพื่อเป็นการดึงให้ประชาชนหันกลับมาสู่การดูแลสุขภาพด้วยการพึ่งพาตนเอง และสร้างองค์ความรู้ เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันในการบริโภคอย่างเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า จำเป็นที่ทุกฝ่ายจะต้องร่วมมือกันทั้ง ปรารบปราม การสร้างกระแสกดดัน ให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบมากยิ่งขึ้น การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถวินิจฉัยได้ว่าข้อมูลใดเป็นข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ และมีการ ปรับพฤติกรรมบริโภค ให้หันมาพึ่งพาตนเองด้วยการดูแลเรื่องการบริโภคอย่างถูกต้อง เหมาะสม มีการออก กำลังกายอย่างถูกวิธี และสม่ำเสมอ ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ได้ดำเนินการดังนี้

1. จัดทำโครงการณรงค์อย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ พ.ศ.2555
2. ผลิตและเผยแพร่เหตุการณ์จริงจากการหลงเชื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพแล้วเกิดผลกระทบต่อ สุขภาพอย่างร้ายแรงผ่านทางรายการที่เผยแพร่เหตุการณ์จริง เพื่อเป็นอุทาหรณ์เตือนใจ ในรายการเรื่องจริงผ่านจอ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 7 เวลา 23.00 น. จำนวน 2 ตอน

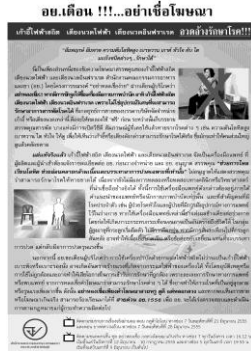


- ตอนกลูต้าไธโอน ออกอากาศวันพฤหัสบดีที่ 21 มิถุนายน 2555
 - ตอนยาลดความอ้วน ออกอากาศวันพฤหัสบดีที่ 28 มิถุนายน 2555
3. ผลิตและเผยแพร่ละครสั้นทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ชูต อย่าหลงเชื่อกลลวงโฆษณาเกินจริง ความยาว 2 นาที ในรายการกระจกหกด้าน ช่อง 7 ทุกวันอังคาร เวลา 16.12-16.15 น. และรายการข่าวภาคค่ำ ช่อง 5 ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 19.55 น. (หลัง Gossip บันเทิง 5) จำนวน 5 ตอน เผยแพร่ตอนละ 2 ครั้ง (ออกอากาศตั้งแต่เดือนมิถุนายน – กรกฎาคม 2555)
 - ตอน เครื่องนวดเพื่อสุขภาพ โฆษณาเกินจริง
 - ตอน แชมพูกับเซรั่มลงโลก
 - ตอน ยาวิเศษ
 - ตอน คอนแทคเลนส์ตาโตโต
 - ตอน เจ็บข้าจากกลูต้าไธโอน
 4. ผลิตและเผยแพร่สโปตวิทยุทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ความยาว 30 วินาที จำนวน 240 ครั้ง ผ่านทางคลื่น FM 95 MHz ลูกทุ่งมหานคร และคลื่น FM 100.5 MHz วิทยุข่าวสารและสาระเครือข่าย
 5. การประชาสัมพันธ์กิจกรรม/โครงการทางสื่อโทรทัศน์ ผ่านทางรายการคลับสุขภาพ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 7 จำนวน 4 ครั้ง และรายการคลับมันตรา ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 5 จำนวน 6 ครั้ง (รวม 10 ครั้ง)
 6. การประชาสัมพันธ์กิจกรรม/โครงการทางสื่อวิทยุ ผ่านคลื่น FM 102.5 MHz. จำนวน 40 ครั้ง
 7. การประชาสัมพันธ์กิจกรรม/โครงการทางสื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 7 ฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ และหนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย จำนวน 3 เรื่อง ดังนี้
 - ระวัง!!! อันตรายจากยาลูกกลอน เสี่ยงอันตรายถึงชีวิต
 - ออย.เตือน!!!...อย่าเชื่อโฆษณาเก้าอี้ไฟฟ้าสถิต เตียงนวดไฟฟ้า เตียงนวดอินฟราเรด อดอ้างรักษาโรค
 - สวยประหาร อันตรายบนโลกออนไลน์
 8. การประชาสัมพันธ์กิจกรรม/โครงการทางสื่อนิตยสาร จำนวน 5 ครั้ง ได้แก่ ภาพยนตร์บันเทิงกุลสตรี GOSSIP STAR และ SPICY จำนวน 3 เรื่อง ดังนี้
 - กาแฟช่วยหุ่นเพรียว จริงหรือ?
 - หน้าจะพัง!!! เพราะเครื่องสำอางอันตราย
 - อันตรายแฝงบนเว็บไซต์
 9. ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ชื่อชุด “ถอดรหัสโฆษณาเกินจริง” จำนวน 3 รูปแบบ ได้แก่ แผ่นพับ จำนวน 600,000 แผ่น โปสเตอร์ จำนวน 65,000 แผ่น และชุดนิทรรศการ 80 ชุด เพื่อรณรงค์ให้ความรู้ในพื้นที่ทั่วประเทศ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มักพบปัญหา ได้แก่ คอนแทคเลนส์ บิกอาย กลูต้าไธโอน กาแฟลดความอ้วน เตียงนวดอินฟราเรด และอันตรายจากเว็บไซต์ เป็นต้น

โดยมีผลสรุปการประเมินผลโครงการรณรงค์อย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ พ.ศ.2555 โดยทำการศึกษากับประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15-62 ปี ทั่วประเทศ จำนวน 1,620 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิผลโครงการรณรงค์อย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ พ.ศ.2555 พบว่า



- ประชาชนรับรู้สื่อที่เผยแพร่ตามโครงการรณรงค์อย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ พ.ศ.2555 คิดเป็นร้อยละ 88.9
- ประชาชนสามารถแยกแยะลักษณะของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริงได้อย่างถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 83.5



2.2.1.4 โครงการรณรงค์การใช้ยาอย่างเหมาะสม

เพื่อรณรงค์ให้ประชาชน มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้ยาปฏิชีวนะ และมีพฤติกรรม การบริโภคยาปฏิชีวนะอย่างถูกต้อง เหมาะสม ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. จัดทำโครงการรณรงค์การใช้ยาอย่างเหมาะสม ประจำปี 2555
2. เผยแพร่สโปตโทรทัศน์ “ยาปลอม” ความยาว 30 วินาที จำนวน 32 ครั้ง ออกอากาศทาง สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5



2.2.2 โครงการวิจัยเพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค

การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในภาพรวม จึงได้ดำเนินการวิจัย เรื่อง การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ดำเนินการวิจัยโดยมหาวิทยาลัยพลศึกษา กรุงเทพฯ กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนทั่วไปทั้งชายและหญิง อายุ 11-60 ปี จำนวน 3,000 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามการประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2555 โดยมีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ร้อยละ 98.0 ของผู้บริโภครับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยรับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.9
2. ร้อยละ 78.8 ของประชาชนมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในภาพรวม โดยแบ่งความพึงพอใจในการปฏิบัติงานออกเป็น 2 ด้าน คือ
 - มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ณรงค์ให้ความรู้ ความตระหนักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประชาชนร้อยละ 87.3
 - มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ประชาชนร้อยละ 71.3
3. ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 87.8-95.6 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้
 - เรื่อง ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านการพิจารณาจาก อย. คิดเป็นร้อยละ 95.6
 - เรื่อง ความรู้ความสามารถด้านบุคลากรของ อย. คิดเป็นร้อยละ 92.3
 - เรื่อง ข้อมูลข่าวสารที่ อย.เผยแพร่ คิดเป็นร้อยละ 89.5
 - เรื่อง การควบคุมโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 88.8
 - เรื่อง การสุ่มตรวจผลิตภัณฑ์สุขภาพและการดำเนินคดีกับผู้กระทำผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 87.8
4. ร้อยละ 92.6 ของประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง
5. ร้อยละ 82.3 ของประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง

2.2.3 การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน

2.2.3.1 โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555

การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ ทำความเข้าใจร่วมแสดงทัศนะ ร่วมเสนอปัญหา หรือร่วมคิดหาแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่มุ่งบริหารราชการแผ่นดินตามหลักธรรมาภิบาล หรือหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good governance) เพื่อให้ส่วนราชการมีการบริหารราชการที่ โปร่งใสตรวจสอบได้



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้เริ่มดำเนินโครงการการมีส่วนร่วมของประชาชน ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานตั้งแต่มีการแต่งตั้งคณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของ อย. ทำหน้าที่วิเคราะห์ภารกิจหลักหรือยุทธศาสตร์ที่สำคัญของ อย. ที่เหมาะสมในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และพิจารณากำหนดกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นตัวแทนประชาชน และให้แต่ละกลุ่มเสนอผู้แทนเพื่อแต่งตั้งเป็นคณะทำงานภาคประชาชน ทำหน้าที่ในการให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินงาน เพื่อผลักดันให้ อย. มีการพัฒนาระบบราชการ โดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนาบริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีการดำเนินโครงการฯ ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 ดังนี้

ปีงบประมาณ พ.ศ.2550 คณะทำงานภาคประชาชนได้เห็นชอบในการจัดทำโครงการเฝ้าระวังและลดปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพแบบมีส่วนร่วมขึ้น

ปีงบประมาณ พ.ศ.2551 คณะทำงานภาคประชาชนได้ดำเนินโครงการต่อเนื่อง โดยให้เครือข่ายมีส่วนร่วมในการแจ้งเบาะแสการทำผิดเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ในการดำเนินงานคณะทำงานภาคประชาชนได้จัดทำแบบทดสอบ และปรับปรุงแบบบันทึกการแจ้งข้อมูลการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางอินเทอร์เน็ต และทางจดหมาย จัดทำคู่มือการตรวจสอบเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และซีดี รวมทั้งจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาความรู้ด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย และชี้แจงแนวทางการแจ้งข้อมูลหรือเบาะแสให้แก่เครือข่าย รวมทั้งได้ดำเนินการกับเรื่องร้องเรียนที่ได้รับแจ้งจากเครือข่ายเมื่อพบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกต้องตามกระบวนการที่กำหนดไว้

ปีงบประมาณ พ.ศ.2552 คณะทำงานโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และคณะทำงานภาคประชาชน เห็นชอบให้กำหนดประเด็นที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และร่วมติดตามผลการปฏิบัติราชการในปีงบประมาณ พ.ศ.2552 คือ “การพัฒนาผู้บริโภคให้มีความรู้ และมีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพ” โดยมีประเด็นเด่นในการรณรงค์เผยแพร่ร่วมกัน คือ การให้ความรู้ เรื่อง “อันตรายจากน้ำมันทอดซ้ำ”

ปีงบประมาณ พ.ศ.2553 คณะทำงานโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และคณะทำงานภาคประชาชน เห็นชอบให้กำหนดประเด็นที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และร่วมติดตามผลการปฏิบัติราชการในปีงบประมาณ พ.ศ.2553 คือ “การพัฒนาให้ผู้บริโภคมีความรู้ และมีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพ ภายใต้โครงการการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้ประชาชนและชุมชนมีความรู้ที่ถูกต้อง เลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย” โดยมีประเด็นในการรณรงค์เผยแพร่ร่วมกัน คือ การให้ความรู้เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ปีงบประมาณ พ.ศ.2554 ได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานภาคประชาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2554 ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมทั้งสิ้น 24 คน จาก 24 หน่วยงาน/องค์กร ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการจาก 4 องค์กร, องค์กรภาคประชาชนจาก 5 องค์กร, องค์กรวิชาชีพจาก 6 องค์กร, สื่อมวลชนจาก 2 องค์กร, ภาควิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา 2 แห่ง, หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจาก 5 หน่วยงาน โดยมีเลขานุการคณะทำงานเป็นบุคลากรของ อย. จำนวน 4 คน ในการนี้คณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และคณะทำงานภาคประชาชน เห็นชอบให้กำหนดประเด็น “ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างปลอดภัยและสมประโยชน์ เพื่อสุขภาพที่ดี ภายใต้โครงการการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการส่งเสริมให้เกิดการบริโภคที่ถูกต้อง” โดยมีโครงการย่อย คือ โครงการชุมชนต้นแบบเฝ้าระวังโฆษณา



สำหรับในปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานภาคประชาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งสิ้น 27 คน จาก 27 หน่วยงาน/องค์กร ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการจาก 3 องค์กร, องค์กรภาคประชาชนจาก 5 องค์กร, องค์กรวิชาชีพจาก 3 องค์กร, สื่อมวลชนจาก 4 องค์กร, ภาควิชาการจากสถาบันการศึกษา 5 แห่ง, หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจาก 7 หน่วยงาน โดยมีเลขานุการคณะทำงานเป็นบุคคลากรของ ออย. จำนวน 5 คน ในการนี้คณะทำงานพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และคณะทำงานภาคประชาชน เห็นชอบให้กำหนดประเด็น “ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพแก่ประชาชน ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ และบริโภคอย่างปลอดภัย สมประโยชน์ เพื่อสุขภาพที่ดี เป็นประเด็นการดำเนินงานโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555” ภายใต้โครงการเสริมสร้างความรู้สึกล้านน้ำม้นทอดข้า รู้ทันโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555

โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 มีการดำเนินกิจกรรมระหว่างเดือนธันวาคม 2554 - กันยายน 2555 โดย ออย. และคณะทำงานภาคประชาชนสามารถดำเนินกิจกรรมได้ครบถ้วนแล้วเสร็จตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดไว้ในโครงการฯ โดยคณะทำงานภาคประชาชนและเครือข่ายของคณะทำงานฯ ได้ดำเนินการเผยแพร่สื่อความรู้ประเภทต่างๆ ประกอบด้วย แผ่นพับ คู่มือ โปสเตอร์ ซีดีความรู้ ผ่านกิจกรรมการจัดประชุม การสัมมนา การจัดส่งเอกสารให้แก่สมาชิกและเครือข่าย รวมทั้งเผยแพร่แผ่นพับความรู้เกี่ยวกับน้ำมันทอดข้าแก่ร้านค้า, เผยแพร่ความรู้แก่เครือข่ายผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การเสนอข้อมูลความรู้ผ่านสถานีวิทยุชุมชน เสียงตามสายในโรงเรียน สถาบันการศึกษา และในชุมชน, รมรงค์ทาง Social network หรือเว็บไซต์, จัดบอร์ดความรู้, เปิด CD และโฆษณาประชาสัมพันธ์, เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์หรือวารสารของหน่วยงาน, สอดแทรกในรายวิชา และจัดกิจกรรมในชุมชนเพื่อให้ความรู้แก่สมาชิกชุมชน นอกจากนี้ได้ผลิตสื่อความรู้ประเภทวีซีดีและดีวีดีใช้สนับสนุนการดำเนินงาน รวมทั้งมีเครือข่ายคณะทำงานฯ ดำเนินกิจกรรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเฝ้าระวังข้อมูลการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการเฝ้าระวังการใช้้ำมันทอดข้าของร้านค้า และดำเนินการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานของคณะทำงานภาคประชาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555

เมื่อประเมินผลการดำเนินการโครงการฯ โดยเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย/ผลสำเร็จ ตัวชี้วัด วิธีการวัดผล วิธีการดำเนินงาน ระยะเวลาดำเนินการ ระบบหรือวิธีการจัดเก็บข้อมูล และวิธีการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานที่คณะทำงานภาคประชาชน ร่วมกันกำหนด พบว่า ผลการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด ที่ตั้งไว้ โดยมีจำนวนคณะทำงานภาคประชาชน ร้อยละ 81.48 (เป้าหมาย ร้อยละ 80) ดำเนินกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอันตรายน้ำมันทอดข้า และการโฆษณาที่ไม่ถูกต้องให้แก่ประชาชนทั่วไป นอกจากนี้มีองค์กรเครือข่ายของคณะทำงานภาคประชาชน ประกอบด้วย แกนนำชุมชน 18 คน และอาสาสมัครสื่อวิทยุชุมชน 16 คน ดำเนินกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้ด้วย สำหรับผลการดำเนินงานตามที่กำหนดไว้ในโครงการฯ ได้เผยแพร่ให้คณะทำงานภาคประชาชนและประชาชนทั่วไปรับทราบผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเว็บไซต์ ออย. URL : <http://www.fda.moph.go.th/prac/watch/pcc.shtml>



2.2.3.2 โครงการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่โดยอาศัยเครือข่าย

เพื่อสนับสนุนให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสร้าง/พัฒนาเครือข่ายที่เข้มแข็งในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีแนวคิดหลักเพื่อ “สนับสนุนให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้มแข็ง” รวมถึงการสร้างร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาด้านพฤติกรรมบริโภคของประชาชนในระดับพื้นที่ห่างไกล โดยอาศัยเครือข่าย และองค์กรผู้บริโภคในพื้นที่ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการได้ดำเนินกิจกรรมโครงการ ดังนี้

1. ขออนุมัติโครงการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประจำปี พ.ศ.2555 (งบประมาณที่ได้รับการอนุมัติจำนวนทั้งสิ้น 5,000,000 บาท)
 2. สนับสนุนงบประมาณให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด 76 จังหวัด เพื่อให้จังหวัดพิจารณาโครงการและจัดสรรงบประมาณให้แก่เครือข่ายดำเนินโครงการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ จังหวัดละ 1 เครือข่าย (76 จังหวัด $\times$ 42,000 บาท = 3,192,000 บาท)
 3. สนับสนุนงบประมาณให้กับจังหวัดที่จะจัดเวทีระดับภาค (4 ภาค $\times$ 200,000 บาท = 800,000 บาท)
 - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพิษณุโลก
 - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดยโสธร
 - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุพรรณบุรี
 - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพังงา
 4. ติดตามจังหวัดขอให้ส่งแบบรายงานผลการดำเนินโครงการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่โดยอาศัยเครือข่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555
 - งวดที่ 1 (เดือนตุลาคม 2554 – มีนาคม 2555)
 - งวดที่ 2 (เดือนเมษายน 2555 – กันยายน 2555)
 5. จัดทำโล่รางวัลให้กับเครือข่ายที่ได้รับรางวัลดีเด่นระดับภาค จำนวน 13 เครือข่าย
 6. จัดเวทีสรุปผลการดำเนินโครงการระดับประเทศ เป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ “โครงการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่โดยอาศัยเครือข่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555”
- ในวันที่ 3-4 กันยายน 2555 ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี โดยการคัดเลือกเครือข่ายดีเด่นระดับภาคเพื่อนำเสนอโครงการในรูปแบบโปสเตอร์ Presentation และรับโล่รางวัลในระดับประเทศ โดยมีเครือข่ายที่ได้รับการคัดเลือกจากเวทีระดับภาค รวม 13 เครือข่าย ได้แก่

ภาคเหนือ

1. ชมรมเครือข่าย ออย.น้อย โรงเรียนลับแลพิทยาคม จังหวัดอุตรดิตถ์
2. เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก
3. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหลวง ต.โหล่งขอด อ.พร้าว จ.เชียงใหม่

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ
2. เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านการเฝ้าระวังรถเร่ขายยา อ.โพธิ์สวรรค์ จ.นครพนม
3. หมู่บ้านต้นแบบ "หมู่บ้านเฝ้าระวังอย่าหลงเชื่อง่าย" เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ท้องถิ่นเทศบาลตำบลบัลลังก์ จ.นครราชสีมา



ภาคกลาง

1. ชมรมคัมครองผู้บริโภคอำเภอสรรคบุรี จ.ชัยนาท
2. ชมรมคัมครองผู้บริโภค จ.สุพรรณบุรี
3. เครือข่ายคัมครองผู้บริโภค ต.ดอนทอง อ.เสนา จ.พระนครศรีอยุธยา

ภาคใต้

1. เครือข่ายจัดการอาหารปลอดภัยเทศบาลเมืองหลังสวน จ.ชุมพร
 2. คณะกรรมการประสานงานสาธารณสุขอำเภอเจาะไอร้อง อ.เจาะไอร้อง จ.นราธิวาส
 3. เครือข่ายความปลอดภัยด้านอาหารชาวตลาดคลองปาง อำเภอระแงะ จ.ตรัง
 4. เครือข่ายคัมครองผู้บริโภคอำเภอรัตภูมิ จ.สงขลา
8. รวบรวมผลงานโครงการที่ได้รับรางวัลจำนวน 13 เครือข่าย ในแบบรูปเล่ม และทำเนียบผู้เข้าประชุม แจกให้กับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ

2.2.4 โครงการพัฒนาเพื่องานคัมครองผู้บริโภค

2.2.4.1 โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การจัดทำแผนยุทธศาสตร์งานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการคัมครองผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความปลอดภัย ซึ่งนอกจากการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพมาตรฐานแล้ว การพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประโยชน์และปลอดภัยก็มีส่วนสำคัญยิ่ง ซึ่งด้วยข้อจำกัดทางด้านบุคลากรและงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการกำกับดูแล และตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างทั่วถึงและไม่สามารถระงับภัยให้ผู้บริโภคได้ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องติดอาวุธทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ สามารถคัมครองตนเองตนเองและครอบครัวได้ และมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จึงได้ดำเนินการงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ อย่างจริงจัง ทั้งด้านการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

แต่เนื่องจากปัจจุบันสถานการณ์ต่างๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา ทำให้เนื้อหาสาระของสถานการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการทบทวนสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อองค์กรให้เป็นปัจจุบัน โดยการจัดทำวิสัยทัศน์และการถ่ายทอดกลยุทธ์สู่การปฏิบัติเป็นเกณฑ์การปฏิบัติที่สำคัญขององค์กร เพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์ในงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้มีมาตรฐานนำไปสู่การปฏิบัติงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จึงได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การจัดทำแผนยุทธศาสตร์งานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เมื่อวันที่ 16-18 กุมภาพันธ์ 2555 ณ บ้านทิพย์ สวนทอง รีสอร์ท จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้เข้าร่วมอบรมจากกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค โดย อาจารย์ปภัสวดี วีรภิตติ และคณะ เป็นผู้บรรยาย และอภิปราย





2.2.4.2 โครงการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคม มีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาบุคลากร โดยส่งเจ้าหน้าที่ไปอบรมในหัวข้อต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติและเรื่องที่น่าสนใจ ในปีงบประมาณ พ.ศ.2555 บุคลากรกองพัฒนาศักยภาพ จำนวน 20 ราย เข้ารับการอบรมในหลักสูตรต่างๆ จำนวน 12 หลักสูตร ดังนี้

1. การพัฒนาความคิดเชิงกลยุทธ์ รุ่นที่ 29 จำนวน 2 ราย
2. การพัฒนาความคิดอย่างเป็นระบบ (System Thinking) รุ่นที่ 30 จำนวน 2 ราย
3. การพัฒนาระบบคิดและความคิดสร้างสรรค์ รุ่นที่ 40 จำนวน 3 ราย
4. การเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารโดยใช้หลักการ 7 Plus Habits จำนวน 1 ราย
5. เก่งงาน เก่งคน เก่งคิด ทำอย่างไร รุ่นที่ 7 จำนวน 3 ราย
6. จิตวิทยาการบริหาร : สู่ความเป็นเลิศของนักบริหาร รุ่นที่ 86 จำนวน 1 ราย
7. จิตวิทยาการบริหาร : สู่ความเป็นเลิศของนักบริหาร รุ่นที่ 87 จำนวน 2 ราย
8. เทคนิคการบริหารเวลาเพื่อความสำเร็จ รุ่นที่ 34 จำนวน 2 ราย
9. เทคนิคการสร้างแรงจูงใจ รุ่นที่ 6 จำนวน 1 ราย
10. ยุทธศาสตร์การวัดความสำเร็จขององค์กร KPI รุ่นที่ 30 จำนวน 1 ราย
11. หัวหน้างานกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ รุ่นที่ 16 จำนวน 1 ราย
12. องค์กรสร้างสรรค์ด้วย Creative Mild รุ่นที่ 2 จำนวน 1 ราย

※ ※ ※ ※ ※



วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

ผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงานตามแผน

1. งบประมาณ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครได้รับจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ภายใต้ยุทธศาสตร์ “ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ปกป้องภัยสมประโยชน์” ในผลผลิตที่ 2 ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ได้รับจัดสรรจำนวน 56,638,300 บาท มีผลเบิกจ่ายงบประมาณจำนวน 141,404,430.94 บาท ในส่วนของงบประมาณที่มีการเบิกจ่ายเกินได้รับจัดสรรจากงบกลางจำนวน 84,766,319.10 บาท

2. ผลสัมฤทธิ์

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ปฏิบัติราชการตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ด้วยวงเงินงบดำเนินงานทั้งสิ้น 141,404,430.94 บาท ภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินงาน พบว่า สามารถดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยปรากฏผลสัมฤทธิ์ในแต่ละด้านสรุปได้ ดังนี้

ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
กิจกรรมหลักที่ 2.1 ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	- ร้อยละ 90 ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - 354 เรื่อง/ 540 ครั้งที่มีการถ่ายทอดความรู้	100.00%	- ดำเนินงานประเมินผล เพื่อหาร้อยละของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของปี 2555” พบว่าร้อยละ 92.6 ของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง - ดำเนินการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวน 472 เรื่อง/1483 ครั้ง
2.1.1 การเผยแพร่ความรู้สู่ผู้บริโภค			
1. ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชน	50 เรื่อง/ 210 ครั้ง	138.00%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 69 เรื่อง/ 1019 ครั้ง



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
1.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อ โทรทัศน์	20 เรื่อง/ 40 ครั้ง	195.00%	ผลิตและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อโทรทัศน์ ดังนี้ - ผลิตสารคดีโทรทัศน์ 2-3 นาที จำนวน 35 เรื่อง - เผยแพร่สารคดีโทรทัศน์ จำนวน 64 ครั้ง
1.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวิทยุ	10 เรื่อง/ 130 ครั้ง	100.00%	ผลิตและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อวิทยุ ดังนี้ - ผลิตสารคดีวิทยุ 1 นาที จำนวน 10 เรื่อง - เผยแพร่สารคดีวิทยุ ทางสถานี network และคลื่นเพลง จำนวน 921 ครั้ง
1.3 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านคอลัมน์ หนังสือพิมพ์	20 เรื่อง/ 40 ครั้ง	100.00%	ผลิตและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านทางคอลัมน์ การ์ตูนทางหนังสือพิมพ์ข่าวสด และนิตยสารทีวี่พลู ทีวี่อินไซด์ จำนวน 10 เรื่อง รวม 30 ครั้ง
2. เผยแพร่ความรู้ผ่านสื่ออื่น	164 เรื่อง/ 165 ครั้ง	136.59%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 224 เรื่อง/ 196 ครั้ง
2.1 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสายด่วน อย.1556	50 เรื่อง/ 50 ครั้ง	166.00%	ดำเนินการพัฒนาระบบ และ ปรับปรุงดูแลระบบสายด่วน อย. 1556 รวมทั้งผลิตและเผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผ่านสายด่วน อย.1556 จำนวน 83 เรื่อง
2.2 ผลิตและเผยแพร่ความรู้พร้อมพัฒนา เว็บไซต์	54 เรื่อง/ 54 ครั้ง	81.48%	ดำเนินการพัฒนา ดูแล เว็บไซต์ oryor.com และเป็นคลังข้อมูล ขนาดใหญ่ ที่เก็บสื่อมีเดีย หลากหลายรูปแบบของ อย. โดยมี การจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ง่ายต่อ



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			การค้นหา และสามารถดาวน์โหลดเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้ รวมทั้งได้มีการผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ดังกล่าว จำนวน 44 เรื่อง
2.3 จัดทำสื่อการเรียนรู้ระบบ E-Learning	1 เรื่อง/ 1 ครั้ง	100.00%	ผลิตและเผยแพร่สื่อการเรียนรู้ระบบ E-learning ชุด “บ้านฉันปลอดภัยไว้ก่อน (รู้ใช้ผลิตภัณฑ์วัตถุดิบในครัวเรือน)”
2.4 ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่นพับ/คู่มือ	2 เรื่อง/ 2 ครั้ง	150.00%	ผลิตแผ่นพับ จำนวน 2 เรื่อง คือ - รู้จัก รู้ทัน...สแตย์โฮม - บริโภคปลอดภัย หากเกิดวิกฤตภัยน้ำท่วม
2.5 ผลิตและเผยแพร่ผ่านจุลสาร จดหมายข่าว	12 เล่ม	100.00%	ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ ดังนี้ - จดหมายข่าว “อย.Report” เป็นประจำทุกเดือน และเผยแพร่ไปยังทั่วประเทศ
2.6 ผลิตและเผยแพร่ผ่านชุดนิทรรศการ	10 เรื่อง/ ชุด	240.00%	ผลิตและเผยแพร่ชุดนิทรรศการ จำนวน 24 เรื่อง 3 ชุด - “รู้จักกิน รู้จักใช้ ปลอดภัยปลอดภัย” จำนวน 1 เรื่อง 1 ชุด - “ระวัง! อันตรายจากสารปนเปื้อนในอาหาร” จำนวน 10 เรื่อง 1 ชุด - “อย.กับการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ” จำนวน 13 เรื่อง 1 ชุด
	47 เรื่อง/ 37 ครั้ง	134.04%	ผลิตนิทรรศการเพื่อจัดแสดง ณ อย. และหน่วยงานอื่นๆ ที่ขอสนับสนุน จำนวน 63 เรื่อง รวม 34 ครั้ง
	9 ครั้ง	177.78%	ติดตั้งและจัดแสดงนิทรรศการ จำนวน 16 ครั้ง



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
2.1.2 สร้างความตระหนักและความเข้าใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย			
1. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเร่งด่วน			ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
1.1 ผลิตและเผยแพร่สื่อบทความ/ข้อมูลเร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์	8 เรื่อง/ 8 ครั้ง	100.00%	ดำเนินการผลิตและเผยแพร่สื่อบทความ/ข้อมูลเร่งด่วนทางสื่อโทรทัศน์ จำนวน 8 เรื่อง รวม 12 ครั้ง
1.2 ผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์	12 เรื่อง/ 36 ครั้ง	141.67%	ดำเนินการผลิตและเผยแพร่บทความเชิงรุกและเรื่องเร่งด่วนทางหนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวัน โพสต์ทูเดย์ เดลินิวส์ คมชัดลึก มติชน ข่าวสด บ้านเมือง สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ กรุงเทพธุรกิจ จำนวน 17 เรื่อง 101 ครั้ง
1.3 เผยแพร่ข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM 92.5 MHz	35 เรื่อง	100.00%	ดำเนินการเผยแพร่ข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM 92.5 MHz จำนวน 35 เรื่อง
2. ประชาสัมพันธ์ทั่วไป	120 เรื่อง/ 121 ครั้ง	128.33%	ดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้ จำนวน 154 เรื่อง/ 155 ครั้ง
2.1 ตรวจวิเคราะห์ข่าว			ดำเนินการตรวจวิเคราะห์ข่าวทุกวัน รวม 16,018 เรื่อง
2.2 แฉข่าว/ ผลิตข่าวแฉ	120 เรื่อง/ 120 ครั้ง	128.33%	ดำเนินการแฉข่าว 22 เรื่อง / ผลิตข่าวแฉ 132 เรื่อง
2.3 อย. Quality Award 2555	1 ครั้ง	100.00%	ดำเนินการจัดอย. Quality Award 2555 1 ครั้ง
กิจกรรมที่ 2.2 รมรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง	ร้อยละ ของผู้บริโภคที่มี พฤติกรรม การ	99.16%	ดำเนินการประเมินผล เพื่อหาร้อยละของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง ภายใต้โครงการวิจัย “การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนา



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
	บริโภค ผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ ถูกต้อง (ร้อยละ 83)		ศักยภาพผู้บริโภค ปี 2555” พบว่าร้อยละ 82.3 ผู้บริโภคที่มี พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ถูกต้อง ไม่บรรลุตาม ตัวชี้วัดที่วางไว้
1. โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรม ที่ถูกต้องด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	4 โครงการ	100.00%	
1.1 โครงการ อย.น้อย	1 โครงการ	100.00%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้ (ร้อยละ 70 ของโรงเรียน มัธยมศึกษา, ร้อยละ 70 ของ โรงเรียนประถมศึกษาโอกาส และ ร้อยละ 10 ของโรงเรียน ประถมศึกษาดำเนินกิจกรรม อย. น้อย และร้อยละ 20 ของ สถานศึกษาผ่านเกณฑ์มาตรฐาน การดำเนินกิจกรรม อย.น้อย) พบว่า ร้อยละ 70.27 ของโรงเรียน มัธยมศึกษา, ร้อยละ 75.72 ของ โรงเรียนประถมศึกษาโอกาส และ ร้อยละ 19.39 ของโรงเรียน ประถมศึกษาดำเนินกิจกรรม อย. น้อย และร้อยละ 49.44 ของ สถานศึกษาที่ดำเนินกิจกรรม อย. น้อยผ่านเกณฑ์มาตรฐานในระดับ ดีขึ้น
1.2 โครงการอาหารปลอดภัย	1 โครงการ	100.00%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม แผนที่ตั้งไว้
1.3 โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย	1 โครงการ	100.00%	- การดำเนินงานสำเร็จตามแผนแต่ ไม่สามารถบรรลุตามตัวชี้วัดที่วาง ไว้ (ร้อยละ 83 ของผู้บริโภค สามารถแยกแยะลักษณะของ โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวด



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
			เกินจริงได้อย่างถูกต้อง) พบว่า ร้อยละ 83.5 ของประชาชน สามารถแยกแยะลักษณะของ โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวด เกินจริงได้อย่างถูกต้อง
1.4 โครงการรณรงค์แก้ไขปัญหการใช้ยา ปฏิชีวนะไม่เหมาะสม	1 โครงการ	100.00%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม แผนที่ตั้งไว้
2. โครงการวิจัยเพื่องานพัฒนางาน คุ้มครองผู้บริโภค	1 โครงการ	100.00%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
2.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค	1 เรื่อง	100.00%	ดำเนินการวิจัยเพื่อประเมินผลการดำเนินงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในภาพรวม โดยมีผลการศึกษา ดังนี้ - ร้อยละ 98.0 ของผู้บริโภครับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของ อย. - ร้อยละ 78.8 ของประชาชนมีความพึงพอใจกับการดำเนินงานของ อย. ในภาพรวม - ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 87.8-95.6 - ร้อยละ 92.6 ของประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง - ร้อยละ 82.3 ของประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง
3. โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน	2 โครงการ	100.00%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้



ผลผลิต / กิจกรรม	เป้าหมาย	ร้อยละ ความสำเร็จ	ผลสัมฤทธิ์
3.1 โครงการพัฒนาเครือข่ายคุ่มครอง ผู้บริโภคในพื้นที่โดยร่วมมือกับเครือข่าย	1 โครงการ	100.00%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายตัวชี้วัดที่วางไว้
3.2 โครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมของ ประชาชน	1 โครงการ	100.00%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายตัวชี้วัดที่วางไว้ โดย คณะกรรมการโครงการพัฒนาการมี ส่วนร่วมของประชาชนในการ ดำเนินงานของสำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา ร่วมกับคณะกรรมการภาคประชาชน ดำเนินโครงการการมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการสร้างเสริมการ บริโภคที่เหมาะสม ประจำปี งบประมาณ พ.ศ.2555
4. โครงการพัฒนาเพื่องานคุ่มครอง ผู้บริโภค	2 โครงการ	100.00%	ดำเนินงานโครงการฯ บรรลุตาม เป้าหมายและตัวชี้วัดที่วางไว้
4.1 โครงการพัฒนาบุคลากร		100.00%	
- โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การ จัดทำแผนยุทธศาสตร์งานพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค	1 โครงการ	100.00%	ดำเนินงานโครงการจัดอบรม เจ้าหน้าที่กองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค เรื่อง การจัดทำแผน ยุทธศาสตร์งานพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค
- การพัฒนาบุคลากรเฉพาะทางด้าน พัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (ไปอบรมกับ หน่วยงานอื่น)	20 ราย	100.00%	เจ้าหน้าที่กองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภคเข้ารับการอบรมหลักสูตร ต่างๆ จากหน่วยงานภายนอก จำนวน 12 หลักสูตร รวม 20 ราย ซึ่งทำให้เจ้าหน้าที่ที่ได้รับการ อบรมได้รับความรู้ สามารถนำไป ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานด้าน พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้



ปัญหา อุปสรรค

1. ข้อจำกัดด้านงบประมาณ : แม้ว่าจะได้รับงบประมาณค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ ในกระทรวงสาธารณสุข แต่เมื่อคำนึงถึงภาระหน้าที่ที่ต้องคุ้มครองผู้บริโภคจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน และการต่อต้านข้อมูลข่าวสารกับผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีเม็ดเงินในการโฆษณาสูงสุดแล้ว พบว่า งบประมาณของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคที่ได้รับนั้น ไม่เพียงพอต่อการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง เนื่องจากสื่อบางสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ง่ายและทั่วถึง จะต้องใช้งบประมาณสูงมาก เช่น สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น
2. ข้อจำกัดด้านความต่อเนื่องของโครงการ : เนื่องจากผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมีการพัฒนาสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ออกมาต่อเนื่องตลอดเวลา ในขณะที่กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคไม่สามารถเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนได้อย่างต่อเนื่อง จากข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณและกฎระเบียบในการใช้จ่ายงบประมาณ
3. ข้อจำกัดด้านบุคลากร : เนื่องจากปริมาณงานเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ความหลากหลายและจำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในท้องตลาด จำนวนโรคภัยที่ต้องให้ความรู้และทำความเข้าใจกับผู้บริโภค ความก้าวหน้าหรือนวัตกรรมทางการแพทย์ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น แต่อัตรากำลังของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคกลับมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปริมาณงานไม่สมดุลกับอัตรากำลัง ทำให้กองไม่สามารถเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนได้เท่าที่ควร
4. ข้อจำกัดของการเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย : เนื่องจากต้องจัดสรรสื่อให้เหมาะสมกับงบประมาณที่ได้รับ
5. ข้อจำกัดของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม : เนื่องจากการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนให้ถูกต้องเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา และทำได้ยาก อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคบางพฤติกรรมสืบทอดกันทางธรรมเนียมปฏิบัติ เช่น การบริโภคขนมกรุบกรอบ เป็นต้น ประกอบกับการที่ประชาชนต้องเผชิญกับสิ่งเร้าให้มีพฤติกรรมบริโภคที่ไม่ถูกต้อง เช่น สินค้าใหม่ๆ กับการโฆษณาชวนเชื่อ เป็นต้น อยู่ตลอดเวลา ก็เป็นอุปสรรคในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคให้ถูกต้อง
6. พฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละกลุ่มอายุ กลุ่มความรู้ กลุ่มฐานะ มีความแตกต่างกัน ดังนั้น การพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละกลุ่ม อายุ เพศ ต้องมีกลวิธีที่แตกต่างและหลากหลาย ซึ่งควรใช้บุคลากรมืออาชีพและงบประมาณที่สูง จึงจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคเพื่อให้มีความรู้ และมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง นับเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการติดอาวุธทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลหลายด้าน ทั้งด้านบวกและด้านลบของผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถตัดสินใจในการเลือกบริโภคสินค้าได้อย่างคุ้มค่า สมประโยชน์ แม้รัฐบาลจะต้องลงทุนในเรื่องของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รวมถึงการณรงค์ ซึ่งใช้งบประมาณค่อนข้างสูง จากต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ แต่ก็ถือว่าคุ้มค่าเมื่อเทียบกับการสูญเสียทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการไม่รู้เท่าทันการโฆษณา การสูญเสียชีวิต เวลาและโอกาสในการรักษาโรคที่เกิดจากการหลงเชื่อหรือรับทราบข้อมูลจากผู้ประกอบการเพียงด้านเดียว นอกจากนี้การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค



อย่างมีประสิทธิภาพโดยทำให้ประชาชนมีพฤติกรรมการใช้บริการที่ถูกต้องจะส่งผลให้ประชาชนมีสุขภาพดี แข็งแรง สมบูรณ์ ลดภาระของรัฐบาลในการรักษาโรคเรื้อรังได้

ดังนั้น งบประมาณในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการรณรงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จึงควรพิจารณาโดยคำนึงถึง ปริมาณ สภาพความรุนแรงและขนาดของปัญหา ผลลัพธ์หรือกระแสที่ต้องการให้เกิดกับประชาชนในวงกว้าง อีกทั้งยังควรต้องคำนึงถึงจำนวนและศักยภาพของผู้ประกอบการที่หน่วยงานต้องรับมือในการต่อสู้ด้านข้อมูลข่าวสารด้วย ซึ่งงบประมาณดังกล่าวจะต้องเพียงพอสำหรับการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม และต่อเนื่อง เพื่อรับมือกับผู้ประกอบการซึ่งมีจำนวนมากราย มีการแข่งขันสูง มีงบประมาณในการโฆษณาสูงและต่อเนื่องตลอดทั้งปีด้วย

แนวทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2556

1. ปรับรูปแบบการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นในการขยายเครือข่ายให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค
2. เพิ่มช่องทาง/สื่อใหม่ๆ เช่น Social media, Mobile application เป็นต้น ให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ รวมทั้งความถี่ในการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด
3. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ และมีทักษะการใช้ Social Media ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถรับผิดชอบและดูแล Social Media มากขึ้น เพื่อรองรับกับช่องทางที่จะพัฒนาขึ้นใหม่

※ ※ ※ ※ ※



ภาคผนวก



ผลผลิต/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย/ หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ										รวมงบประมาณ (บาท) (ครั้งที่ 1) ลดลงจากค่าของงบประมาณ 30%	งบประมาณ ปรับลดอีก 20 %	ลดลง (บาท)
			พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย		
2.1.1.2 ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่ออื่น		164 เรื่อง/165 ครั้ง												7,783,960	1,738,040
1.ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านสายด่วน ออ. 1556		(50 เรื่อง/ 50 ครั้ง)	↓									↑		2,169,960	138,040
2.ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ ORVOR.COM		(54 เรื่อง/54 ครั้ง)												964,000	0
- คำตอบข้อสงสัยและดูแลรักษาเครื่องแม่ข่าย			↓									↑			
- คำสำรวจและดูข้อมูลกรณีสุขภาพหรือเว็บล่ม			↓									↑			
- คำจัดทำระบบ e-Magazine					↓										
ติดตั้งโปรแกรมและระบบหลังบ้าน															
- คำจัดกิจกรรมร่วมกับเว็บไซต์									↓			↑			
- คำจัดทำรายการงานสถิติผู้เข้าชมเว็บพร้อมวีดิโอสาระพัด										↓		↑			
- คำผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่าน webgame											↑				
เกม		(1 เรื่อง/1 ครั้ง)													
Animation		(3 เรื่อง/3 ครั้ง)													
ORVOR Report		(42 เรื่อง/42 ครั้ง)											↑		
ORVOR Fact Sheet		(8 เรื่อง/8 ครั้ง)											↑		
3. จัดทำสื่อการเรียนรู้ระบบ E-Learning		(1 เรื่อง/1 ครั้ง)												650,000	0
ชุด "สถิติกับชีวิตอันสวยงาม...ใช้เป็นบ่อยๆ"															
4. ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่านแผ่นพับ		(2 เรื่อง/ 2 ครั้ง)	↓									↑		1,000,000	600,000
5. ผลิตและเผยแพร่ความรู้ผ่าน REPORT เดือนละ 1 ฉบับ ๆ ละ 20,000 เล่ม		(12 ฉบับ/12 ครั้ง)	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	2,000,000	0
6. ผลิตและเผยแพร่ผ่านศูนย์ทรัพยากร		(57 เรื่อง/46 ครั้ง)												2,000,000	1,000,000
- ผลิตชุดนิทรรศการ 10 เรื่อง ๆ ละ 5,200 ชุด		10 เรื่อง/ ชุด	↓		↓									1,505,000	
- ติดตั้งและจัดแสดงนิทรรศการ		9 ครั้ง										↓		337,200	
- ผลิต ติดตั้ง และจัดนิทรรศการที่ ออ. และหน่วยงานอื่นที่ขอสนับสนุน		47 เรื่อง/37 ครั้ง	↓										↑	157,800	
- จัดนิทรรศการครบรอบ 37 ปี ออ.													↑		



ผลผลิตกิจกรรม	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย/ หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ											รวมงบประมาณ (บาท) (ครั้งที่ 1) ลดลงจากค่าของงบประมาณ 30%	งบประมาณ ปรับลดอีก 20 %	ลดลง (บาท)
			คค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย		
2.1.2 สร้างความตระหนักและความเข้าใจใน การบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างปลอดภัย		(140 เรื่อง/165 ครั้ง)												7,883,000	6,533,740	1,699,260
2.1.2.1 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเบื้องต้น		20 เรื่อง/44 ครั้ง												5,118,000	4,310,000	1,158,000
- ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ปลอดภัย		(8 เรื่อง/8 ครั้ง)												2,568,000	2,218,000	350,000
ทางสื่อโทรทัศน์ 8 เรื่อง ๆ ละ 1 สถานี																
- ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ปลอดภัย		(12 เรื่อง/36 ครั้ง)												2,560,000	1,742,000	808,000
ทางหนังสือพิมพ์ 12 เรื่อง ๆ ละ 3 ฉบับ																
- เผยแพร่ข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียง		35 ครั้ง													350,000	
แห่งประเทศไทย FM 92.5 MHz.																
2.1.2.2 ประชาสัมพันธ์ตัวชี้วัด		120 เรื่อง/121 ครั้ง												2,765,000	2,223,740	541,260
- ตระกรับสาระความรู้ (ทุกวัน)														396,000	301,740	94,260
- แดงขาวจัดทำข่าวแจก		(120 เรื่อง/120 ครั้ง)												447,000	300,000	147,000
- นำเนื้อหาภาพไปเผยแพร่กิจกรรม														122,000	122,000	0
- ออ. Quality Award 2555		1 ครั้ง												1,800,000	1,500,000	300,000
2.1.3 ศูนย์ได้รางวัลและรับเรื่องร้องเรียน														1,108,000	1,108,000	0
2.1.4 คำบริหารงานทั่วไป																
เงินสำรองกรณีการรับอัตราจ้างฉุกเฉิน														2,036,000	2,036,000	0
กิจกรรมที่ 2.2 รณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการ		83												44,100,000	34,020,000	10,000,000
บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง																
พฤติกรรมการบริโภค																
ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง																
จำนวนโครงการที่รณรงค์		4														
ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรม																
การบริโภคผลิตภัณฑ์																
สุขภาพที่ถูกต้อง																



ผลผลิตกิจกรรม	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย/ หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ										รวมงบประมาณ (บาท) ลดลงจากค่าของงบประมาณ 30%	งบประมาณ ปรับลดอีก 20 %	ลดลง (บาท)
			คค	พย	ธค	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	กย		
2.2.1 โครงการแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ถูกต้อง ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ		4 โครงการ													
1. โครงการ ขย น้อย "สุขภาพดี เริ่มที่โรงเรียน"			←												
2. โครงการอาหารปลอดภัย "อ่านฉลากผลิตภัณฑ์ดีได้ฉลาด"			←												
3. โครงการยาลดแรงจูงใจ "เพิ่มภูมิปัญญา ไม่เชื่อโฆษณาเกินจริง"			←												
4. โครงการรณรงค์การใช้อย่างเหมาะสม			←												
2.2.2 โครงการวิจัยเพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค		1 โครงการ													
1. การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค			←												
2.2.3 การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน		2 โครงการ													
1. โครงการพัฒนากลุ่มที่มีส่วนร่วมของประชาชน ในการสร้างเสริมการบริโภคที่เหมาะสม			←												
2. โครงการพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่โดย อาศัยเครือข่าย "เสริมสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดี หลักทศ 5 ไรด์ราย"			←												
2.2.4 โครงการพัฒนาเพื่อกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภค		2 โครงการ													
1. โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การติดตาม และประเมินผลงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค		1 โครงการ	←	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→
2. โครงการพัฒนากลุ่ม - โครงการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การปฏิบัติงาน		1 โครงการ	←	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→
- ค่าตอบแทนตอบแทนกับหน่วยงานอื่น		26 คน	←	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→

