

## บทสรุปเสนอผู้บริหาร

การจัดทำแผนพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ทำขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดและทิศทางของแผนฯ 10 ที่ยังคงอัญเชิญ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นหลักปฏิบัติในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง และยึดกระบวนการพัฒนาระบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ต่อเนื่องจากแผนฯ 9 ซึ่งกรอบแนวคิดและทิศทางดังกล่าว สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้นำมาใช้ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนดังกล่าว โดยได้รับความร่วมมือจากผู้บริหารและคณะทำงานฯ ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มาร่วมกันระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และร่วมกันกำหนดกรอบวิสัยทัศน์ พันธกิจ แผนที่ยุทธศาสตร์ กลุ่มผลงานหลัก ตัวชี้วัด เป้าหมาย และกลยุทธ์ ภายใต้กระบวนการจัดทำแผนกลยุทธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการก้าวสู่นาคตอย่างมีทิศทาง โดยเริ่มจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (ใช้หลัก 7S) และสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กร (ใช้หลัก PEST+HCP) จากนั้น ประเมินสมรรถนะองค์กรและผลกระทบจากสภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) เพื่อดูว่าองค์กรมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามที่จะต้องแก้ไขและเร่งปรับปรุงในส่วนใด ซึ่งจากการประเมินสถานการณ์ปัจจุบันของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาพบว่า ดวงขององค์กรตกอยู่ใน**ราศีมิถุน** หรือ **จุดอ่อน-โอกาส** คือ **องค์กรมีขีดสมรรถนะที่มีจุดอ่อนเป็นส่วนใหญ่ แต่สภาพแวดล้อมภายนอกมีแนวโน้มส่งผลกระทบที่เป็นโอกาสมาก** ดังนั้น ในการวางแผนการดำเนินงานจะต้องเร่งปรับปรุงขีดสมรรถนะภายในให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ พร้อมทั้งหากกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อสร้างความอยู่รอดให้กับองค์กร

จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้องค์กรได้พบทวนบทบาทภารกิจและกลยุทธ์ใหม่ เพื่อรองรับกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น แต่ยังคงดำเนินการภารกิจตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดและต่อเนื่องต่อไป โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะเป็น**ผู้นำในการพัฒนาสังคมฐานความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างต่อเนื่องยั่งยืน** ทั้งนี้ เพื่อให้สังคม ไม่ว่าจะเป็นประชาชน ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ (ผลิต นำเข้า และจำหน่าย) เครือข่ายต่าง ๆ เช่น สมาคมวิชาชีพ องค์กรอิสระ NGO มหาวิทยาลัย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ใช้ความรู้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจเลือกซื้อและบริโภค รวมทั้งแก้ไข ปัญหาที่เกิดจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเท่าทัน โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะต้องพัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ แสวงหาความรู้ที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และถ่ายทอดความรู้สู่สังคมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนา ดังนี้

1. **ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพ** มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับผิดชอบ 6 ผลิตภัณฑ์ (ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตราย และวัตถุเสพติด) เครือข่ายให้ความร่วมมือในการส่งเสริมและสร้างฐานความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผู้ประกอบการนำเสนอผลิตภัณฑ์สุขภาพและข้อมูลที่ต้องการ ไม่เอาัดเอาเปรียบผู้บริโภค อย. มีระบบการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพ มีการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ และมีการจัดการความรู้สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้

2. **ด้านวัฒนธรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ** มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สังคมมีวัฒนธรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ มีพฤติกรรมบริโภคที่เหมาะสม เครือข่ายผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการป้องกันกระแสการบริโภคที่ไม่เอื้อต่อสุขภาพ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและใช้องค์ความรู้ในการนำไปปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เอื้อต่อสุขภาพ อย. มีระบบการจัดการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ และระบบตอบสนองต่อผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ

จากประเด็นยุทธศาสตร์ทั้ง 2 ดังกล่าว ก็เพื่อการนำไปสู่การเป็นผู้นำสังคมฐานความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างต่อเนื่องยั่งยืน ซึ่งการจะเป็นผู้นำสังคมฐานความรู้ได้ คงไม่เพียงแค่ประเด็น 2 ยุทธศาสตร์ที่กล่าวมาเท่านั้น คงจะต้องมีกระบวนการอื่นที่เกี่ยวข้องที่ช่วยเสริมและผลักดันให้งาน ดังกล่าวสำเร็จลุล่วง เช่น งานประจำ งานตามกฎหมาย หรืองานตามนโยบายต่าง ๆ ที่ยังคงไม่ละทิ้ง หรือลดความสำคัญลง แต่จะต้องพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

แผนพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพฉบับนี้ จะครอบคลุมเนื้อหาตั้งแต่หลักการและเหตุผล ความเชื่อมโยงแผน วัตถุประสงค์ กลวิธีดำเนินการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การประเมินสมรรถนะภายในองค์กรและผลกระทบจากสภาพแวดล้อม การกำหนดทิศทางการดำเนินงาน ซึ่งเป็นผลที่ได้จากการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายตั้งแต่ผู้บริหาร ผู้อำนวยการกอง จนถึงเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน จากการระดมสมอง การศึกษาเอกสาร การเก็บรวบรวมข้อมูล การให้คำแนะนำจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ และการให้ความเห็นชอบจากผู้บริหาร ซึ่งขั้นตอนทั้งหมดนี้เป็นเพียงขั้นตอนแรกของการก่อตัวของกลยุทธ์เท่านั้น ขั้นตอนที่สำคัญต่อจากนี้จำเป็นต้องอาศัยกลไกความร่วมมือร่วมใจจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ตลอดจนติดตามและประเมินผล เพื่อให้การพัฒนาการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป