

จากสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๕๔

สมัชชาสุขภาพ ๔ มติ ๕ เรื่อง การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพทางวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต

การดำเนินงานในภาพรวม

คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ ได้มีการประชุมเมื่อวันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๕๕ มีมติเห็นชอบมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติเรื่อง การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ และให้นำเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อรับทราบต่อไป

คณะรัฐมนตรี ได้มีการประชุม เมื่อวันที่ ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๕๕ รับทราบมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๔ เรื่อง การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพทางวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไปตามมติคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ

การดำเนินงานตามมติรายชื่อ

ข้อ ๑ ขอให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานอัยการสูงสุด และกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นหน่วยงานหลักดำเนินการ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

๑.๑ สนับสนุนการจัดทำฐานข้อมูล พัฒนารูปแบบการสื่อสาร และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับโฆษณาที่ทันต่อสถานการณ์ เพื่อให้พนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย และผู้บริโภคสามารถเข้าถึง รวมทั้งมีส่วนร่วมในการรายงานอันประกอบด้วย ข้อมูลการอนุญาตโฆษณา ข้อมูลโฆษณาที่ผิดกฎหมาย ข้อมูลผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสื่อโฆษณาที่ผิดกฎหมาย ข้อมูลโฆษณาและกลยุทธ์หรือรูปแบบการโฆษณาที่ต้องเฝ้าระวัง ข้อเท็จจริงเชิงวิชาการของผลิตภัณฑ์ และข้อมูลอื่นๆ ที่จำเป็น

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

๑) ได้มีการจัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

๑) ฐานข้อมูลโฆษณาที่ขออนุญาต ได้จัดเก็บ ข้อมูลการอนุญาตโฆษณา ยา เครื่องมือแพทย์ ในรูปแบบ Electronic file พร้อมทั้งจะสร้างระบบสืบค้น คาดว่าจะให้เข้าถึงได้ในปี ๒๕๕๖ ระหว่างนี้ได้จัดส่งข้อมูลการอนุญาตโฆษณาทางวิทยุ ส่งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาคประจำทุกเดือน

๒) ได้พัฒนา “โปรแกรมระบบฐานข้อมูลโฆษณาที่ผิดกฎหมาย [Violation Ad 2012]” ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ : คาดว่าจะแล้วเสร็จทั้งระบบ กันยายน ๒๕๕๖ ในพัฒนาเชื่อมเข้าสู่ระบบ Post marketing – E logistic ในอนาคต

๓) ข้อมูลโฆษณาและกลยุทธ์หรือรูปแบบการโฆษณาที่ต้องเฝ้าระวัง นำเสนอในรูปแบบของ คู่มือให้ดาวน์โหลด

๔) ข้อเท็จจริงเชิงวิชาการของผลิตภัณฑ์ จัดทำในรูปแบบ “ข่าวประชาสัมพันธ์” อยู่ในเว็บไซต์

ปัญหาและอุปสรรค

ยังมีปัญหาในข้อกำหนด ทั้งในเรื่องข้อมูลการขออนุญาตที่ยังไม่ได้เผยแพร่ จะสามารถเปิดเผยได้หรือไม่ ลำดับชั้นทางความลับในการเข้าถึงข้อมูล และสำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นๆ เช่น เครื่องสำอาง หมายความว่าไม่บังคับให้ขออนุญาตก่อนโฆษณา การมีปริมาณฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณาอาหาร มีจำนวนมาก (๕,๐๐๐ คำขอต่อปี) และข้อมูลผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสื่อโฆษณาที่ผิดกฎหมายจาก สคบ.

ข้อเสนอแนะ

มีการกำหนดเงื่อนไขการอนุญาตว่าจะเปิดเผยสู่สาธารณะภายหลัง ๓๐ วันหลังจากอนุญาตให้ผู้ขอรับเงื่อนไขก่อนได้ใบอนุญาต แต่ไม่ตัดสิทธิการคัดค้าน

๑.๒ ปรับปรุงและบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีประสิทธิภาพ เพิ่มบทลงโทษ สนับสนุนมาตรการลงโทษทางสังคม การกำกับดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมายทุกขั้นตอน ตลอดจนการพิจารณาออกคำสั่งทางปกครองในการพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาต

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

ขณะนี้อยู่ระหว่างแก้ไข พรบ. ยา อาหาร เครื่องสำอาง โดยมีการปรับเพิ่มโทษ และได้กำหนดแนวทางการจัดการปัญหาโฆษณาฝ่าฝืนกฎหมายซ้ำซาก ให้สามารถเชื่อมโยงในการพักใช้ใบอนุญาตผลิต เพิกถอนทะเบียนตำรับและเลขสารบบ รวมทั้งให้มีการลงโทษดำเนินคดีต่างกรรมต่างวาระได้

ปัญหาและอุปสรรค

กระบวนการแก้ไขกฎหมายต้องใช้เวลา

ข้อเสนอแนะ

ทุกภาคส่วนให้ความร่วมมือในการแก้ไขกฎหมาย

๑.๓ ให้มีการจัดทำกลไกหรือช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นทางการ และประชาชนสามารถเข้าถึงได้สะดวก ทั้งในส่วนกลางและระดับพื้นที่

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

อย. ได้มีการปรับระบบสายด่วน ๑๕๕๖ ให้เป็นระบบดิจิทัล และเพิ่มบทบาทของเครือข่าย อย. น้อย ให้เป็น ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนในระดับพื้นที่

๑.๔ เฝ้าระวัง จัดการ ดำเนินคดีกับโฆษณาที่ผิดกฎหมายอย่างเคร่งครัดและมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดเป้าหมายของหน่วยงาน มีแนวทางมาตรฐานที่ใช้ปฏิบัติร่วมกัน รายงานผลการดำเนินคดีและวิธีการจัดการปัญหาสู่สาธารณะอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคและสังคมไทยรู้เท่าทัน

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

อย. มีการกำหนดตัวชี้วัดในการคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ ให้ตอบสนองเรื่องร้องเรียนด้านการโฆษณาภายในเวลาที่กำหนด มีการสนับสนุนให้มีโครงการจัดการปัญหาโฆษณาในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น อย่างน้อย ๔ โครงการ และมีการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่

ปัญหาและอุปสรรค

มาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่มีความหลากหลาย แตกต่างกันในแต่ละผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

จัดทำหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและปรับตั้งมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่ในการดำเนินการด้านโฆษณาในแต่ละผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกัน

๑.๕ พัฒนาระบบให้คำปรึกษาการดำเนินคดีแก่พนักงานเจ้าหน้าที่อย่างรวดเร็วและทันต่อการแก้ปัญหา

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

จัดให้กลุ่มกฎหมายอาหารและยา เป็น Focal point ในการให้คำปรึกษาในการดำเนินคดีและจัดให้มี Focal point ในการให้คำปรึกษาในแต่ละผลิตภัณฑ์

ข้อ ๒ ขอให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ดำเนินการ

๒.๑ ประกาศและบังคับใช้หลักเกณฑ์การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ยา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมทั้งกำหนดกลไกการกำกับดูแลและบทลงโทษแก่ผู้ประกอบการอย่างชัดเจนและรวดเร็ว ทั้งนี้ให้มีการนำข้อมูลการกระทำผิดเกี่ยวกับการโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ มาประกอบการพิจารณาเพิกถอนใบอนุญาตให้ดำเนินกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคม

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

กสทช. ได้จัดทำหลักเกณฑ์ทั้งหมดประมาณ ๒๐ หลักเกณฑ์ ซึ่งในปัจจุบันหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้วในบางส่วน บางหลักเกณฑ์ที่อยู่ในระหว่างการจัดทำประชาพิจารณ์ และบางหลักเกณฑ์อยู่ในระหว่างการประกาศในราชกิจจานุเบกษา ซึ่งคาดว่าจะปลายปีนี้ถึงต้นปีหน้า จะสามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างเป็นรูปธรรม

๒.๒ กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการฯ จัดสรรเวลาอย่างชัดเจน และเพียงพอในช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่หน่วยงานหรือองค์กรหรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ได้นำเสนอข้อเท็จจริงให้การโฆษณา ยา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

กสทช. ได้จัดทำ (ร่าง) ประกาศเพื่อกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการฯ จัดสรรเวลาอย่างชัดเจน และเพียงพอในช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่หน่วยงานหรือองค์กรหรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค โดยได้แบ่งประเภทของใบอนุญาตประกอบกิจการฯ เป็นกิจการสาธารณะ ธุรกิจ ชุมชน ซึ่งเนื้อหาในส่วนของภาคธุรกิจ ระบุให้มีการบริการสาธารณะไว้ด้วย อย่างไรก็ตามในส่วนของการนำเสนอนั้น กสทช. ไม่มีสิทธิบังคับให้เสนอเรื่องอะไรบ้าง เนื่องจากจะเป็นการแทรกแซงเสรีภาพของสื่อ

๒.๓ ให้มีการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอและต่อเนื่องจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อวัตถุประสงค์ในการสนับสนุน ส่งเสริมและคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ มาตรา ๕๒(๔)) ให้หมายรวมถึง

๒.๓.๑ การสนับสนุนชุมชนที่มีความพร้อมหรือผู้ประกอบการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชนที่มีคุณภาพและปฏิบัติตามจริยธรรม จรรยาบรรณของการสื่อสาร

๒.๓.๒ การสนับสนุนให้ภาคประชาชนทำหน้าที่เฝ้าระวังการโฆษณา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ฝ่าฝืนกฎหมายรวมทั้งการจัดการปัญหาในพื้นที่

๒.๓.๓ การสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรชุมชน ภาคประชาชน องค์กรวิจัยและหน่วยงานสนับสนุนการวิจัย (เช่น สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ เป็นต้น) ในการดำเนินการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาระบบกลไกในการเฝ้าระวังและจัดการกับปัญหาการโฆษณา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ การประเมินผลกระทบจากการโฆษณา รวมทั้งการศึกษาวิจัยเพื่อทดลองระบบและกลไกที่ได้พัฒนาขึ้น

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

มีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดหนึ่งภายใต้ กสทช. ได้แก่ คณะกรรมการบริหารกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ซึ่งคณะกรรมการดังกล่าวมีบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำนโยบายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามที่ระบุในมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ แต่เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มียกงบประมาณในกองทุนดังกล่าว ทั้งนี้ กสทช. จะเริ่มได้รับเงินเข้ากองทุนดังกล่าวจากการประมูลคลื่นดิจิทัลวิทยุโทรทัศน์ในปี ๒๕๕๖ ซึ่งเงินจากกองทุนนี้จะใช้สนับสนุนทั้งวิทยุชุมชน สื่อสาธารณะ สื่อเพื่อเด็กและเยาวชน การวิจัยต่างๆ รวมทั้งกิจการโทรคมนาคมด้วย ซึ่งในส่วนของโทรคมนาคม จะนำไปใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น free wifi และโทรศัพท์พื้นฐานในต่างจังหวัด

จากการประมูลคลื่นดิจิทัลวิทยุโทรทัศน์ในปี ๒๕๕๖ จะทำให้มีสถานีฟรีทีวีระบบดิจิทัล อีก ๔๘ ช่อง เป็นบริการสาธารณะ ๑๒ ช่อง บริการชุมชน ๑๒ ช่อง ที่เหลือเป็นบริการธุรกิจที่เอกชนต้องมาประมูล ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนต้องเปลี่ยนระบบวิทยุโทรทัศน์ใหม่ทั่วประเทศ ซึ่งส่งผลต่อผู้บริโภคที่สามารถรับช่องทางสื่อได้มากขึ้น และในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ประเทศไทยมีแผนการดำเนินงานที่จะ switch off ระบบอนาล็อกทั้งประเทศซึ่งเป็นพันธกิจร่วมกับอาเซียน

กสทช. ได้สนับสนุนชุมชน/ภาคประชาชนให้ทำหน้าที่เฝ้าระวังการโฆษณา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ฝ่าฝืนกฎหมาย รวมทั้งสนับสนุนชุมชน หรือผู้ประกอบการที่ปฏิบัติตามจริยธรรม จรรยาบรรณของการสื่อสาร โดยการสนับสนุนเครือข่ายผู้บริโภคระดับภูมิภาค ซึ่งที่ผ่านมา กสทช. ร่วมกับเครือข่าย สสย. เกสัชกร กพย. มูลนิธิผู้บริโภค และ NGO ได้จัดเวทีของเครือข่ายผู้บริโภคไปแล้ว ๙ เวที และในช่วงเดือนธันวาคม ๒๕๕๕ จะจัดสมัชชาผู้บริโภคสื่อ กสทช. ในระดับชาติ เพื่อเฝ้าระวังการโฆษณาดังกล่าว และสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายผู้บริโภค ที่จะสามารถเสนอเรื่องราวเข้ามาที่ กสทช. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะหากไม่มีผู้แจ้งเรื่องราวแล้ว กสทช. ไม่สามารถดำเนินการทางกฎหมายได้

นอกจากนี้ กสทช. ยังอยู่ในระหว่างการเตรียมทำ MOU กับเครือข่ายผู้บริโภค นักวิชาการในท้องถิ่น ให้ควบคุมกำกับโฆษณาในทีวี โดยจะนำผลที่ได้จากเครือข่ายผู้บริโภคในระดับภูมิภาคมาเป็นฐานข้อมูลในการผลักดันเรื่องร้องเรียน เพื่อเรียกผู้ประกอบการมาชี้แจง โดยในการดำเนินการส่วนนี้มีสถาบันราชภัฏเป็นแกนประสานเครือข่ายผู้บริโภคในท้องถิ่น นอกจากนี้เครือข่ายผู้บริโภคในระดับภูมิภาคจะมีการขยายเครือข่ายโดยจะมีกระบวนการของการฝึกอบรมแก่ผู้สนใจ (training of trainer) เพื่อให้รู้เท่าทันสื่อ

๒.๔ พัฒนามาตรการและกลไกในการเฝ้าระวังและกำกับดูแลด้านจริยธรรมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการฯ

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

กสทช. สนับสนุนและพัฒนามาตรการการเฝ้าระวังและกำกับดูแลด้านจริยธรรมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการฯ โดยที่ผ่านมามีการจัดเวทีส่งเสริมจรรยาบรรณวิชาชีพทุกเดือน ซึ่งเวทีดังกล่าว เป็นลักษณะของมีไตรภาคี ซึ่งเป็นการพบกันระหว่าง กสทช. ผู้บริโภค และผู้ประกอบการ เพื่อการเจรจาไกล่เกลี่ยและสร้างความเข้าใจ โดยใช้มาตรการทางสังคมเป็นหลัก เนื่องจากการไม่สามารถใช้มาตรการทางกฎหมายได้ครอบคลุม

ปัญหาและอุปสรรค

ไม่สามารถใช้มาตรการทางกฎหมายได้ทั้งหมด เนื่องจากการแทรกแซงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์และการเมือง

ข้อเสนอแนะ

สร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมสร้างความเข้มแข็งของมาตรการทางสังคม

ข้อ ๓ ขอให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นหน่วยงานหลักร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และภาคประชาสังคม
๓.๑ จัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทางวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และสื่ออื่นๆ ด้วยกระบวนการที่มีส่วนร่วมจากหน่วยงานทุกระดับ ให้แล้วเสร็จภายใน ๑ ปี และนำเสนอเพื่อรับรองในสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๕

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

อย. เป็นหน่วยงานหลักร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และภาคประชาสังคมได้เริ่มกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ฯ โดยได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์ฯ ระหว่างวันที่ ๒๙-๓๐ ตุลาคม ๒๕๕๕ ที่ผ่านมา

ปัญหาและอุปสรรค

การที่ไม่สามารถนำเสนอแผนยุทธศาสตร์ฯ ต่อที่ประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๕ ได้ เนื่องจากยังอยู่ระหว่างกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ฯ และมีเนื้อหาสาระที่ยังต้องใช้เวลาในการปรึกษาหารือร่วมกันอีก

ข้อเสนอแนะ

อย.ควรนำเสนอแผนยุทธศาสตร์ฯ ให้ที่ประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ ๖ รับรองต่อไป

๓.๒ เร่งดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการโฆษณาและตระหนักในเรื่องการใช้สิทธิผู้บริโภค รวมทั้งพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันเพื่อสร้างมาตรการป้องกันปัญหาอิทธิพลโฆษณาและการจัดการความรู้เพื่อปรับเปลี่ยนค่านิยมและรูปแบบพฤติกรรมเพื่อสุขภาพดี รวมทั้งให้รู้เท่าทันการโฆษณา โดยการสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพและหน่วยงานอื่นๆ
--

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

อย. ได้มีการปรับปรุงเว็บไซต์ของ อย. เฉพาะหน้าโฆษณา เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย จุดเดียวที่มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการโฆษณาโดยเฉพาะ คาดว่าจะแล้วเสร็จในเดือนเมษายน ๒๕๕๖ นอกจากนี้ ได้มีการจัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงาน (SOP) ในการดำเนินคดี และการดำเนินการทางปกครองเกี่ยวกับการโฆษณาของ อย. เพื่อเป็นแนวปฏิบัติสำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาค รวมทั้งการสรุปผลการ

ดำเนินคดีเกี่ยวกับการโฆษณา ตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๕๔ – กันยายน ๒๕๕๕ และเตรียมข้อมูลผลการดำเนินคดีเกี่ยวกับการโฆษณาตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๕๕ จนถึงปัจจุบัน เพื่อนำเข้าข้อมูลลงในโปรแกรมที่จะพัฒนาขึ้น

ข้อเสนอแนะ

อย. ควรมีการเผยแพร่การจัดทำเว็บไซต์ครั้งนี้ให้ทุกภาคส่วนรับรู้และเข้ามาใช้ประโยชน์ร่วมกัน

ข้อ ๔ ขอให้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร บูรณาการเฝ้าระวังโฆษณา ยา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเอกภาพ และพิจารณาปรับปรุงกฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว
ข้อ ๕ ขอให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับจัดตั้งกลไกการควบคุมและเฝ้าระวังการโฆษณาแบบมีส่วนร่วม สนับสนุนงบประมาณและการดำเนินงานขององค์กรภาคีเครือข่ายในพื้นที่
ข้อ ๖ ขอให้องค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน โฆษณาและการตลาด เป็นหน่วยงานหลัก ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจ องค์กรทางสังคม และวิชาชีพอื่น ๆ เช่น วิชาชีพด้านสุขภาพ ครู ทนายความ กำหนดมาตรการและแนวทางการกำกับดูแล จริยธรรม จรรยาบรรณในการสื่อสารเรื่องยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพสู่ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

ไม่มีข้อมูลในเรื่องนี้

ข้อ ๗ ให้มีองค์กรอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและขอให้รัฐสนับสนุนการทำหน้าที่เฝ้าระวังและตรวจสอบการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

ร่างพระราชบัญญัติจัดตั้งองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค อยู่ในวาระการพิจารณาของรัฐสภา

ข้อ ๘ ขอให้สมาชิกสภาสุขภาพแห่งชาติ เป็นผู้ร่วมในกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์และเป็นเครือข่ายควบคุม ศึกษา ตรวจสอบ เฝ้าระวังวิฤกษ์กระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ และสื่ออื่น ๆ ทุกประเด็นในพื้นที่
--

ผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

อย.อยู่ระหว่างการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทางวิฤกษ์กระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และสื่ออื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ

อย. ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ และการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ สู่การปฏิบัติโดยการสร้างเครือข่ายของกลไกเฝ้าระวังตามข้อเสนอของมติสมาชิกสภาสุขภาพแห่งชาตินี้

ข้อ ๙ ขอให้เลขาธิการคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ รายงานความก้าวหน้าต่อสมาชิกสภาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๕
--

ผลการปฏิบัติ

ได้มีการผลการดำเนินงานตามมตินี้ต่อสมาชิกสภาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๕๕ ในช่วงระหว่างวันที่ ๑๘ – ๒๐ ธันวาคม ๒๕๕๕ แล้ว

ปัญหาและอุปสรรค

ยังไม่สามารถติดตามผลการดำเนินงานที่เชื่อมโยงกับมิติสุขภาพแห่งชาตินี้ได้อย่างครอบคลุมและครบถ้วน โดยเฉพาะข้อมูลจากระดับพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

พัฒนาระบบการติดตามและรายงานผลที่เชื่อมโยงระหว่างส่วนกลางกับระดับพื้นที่