

(ร่าง)

กรอบยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโภชนาการ อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ  
ที่กระทำผิดกฎหมายโฆษณาโอ้อวดเกินจริง พ.ศ. ๒๕๕๗-๒๕๖๐

1. จุดยืนทางยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา

๑. เสริมสร้างความตระหนัก ความรู้ แก่ประชาชนและผู้บริโภคที่ได้รับ และเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้อง และมีศักยภาพที่เท่าทันสื่อโฆษณาที่โอ้อวดสรรพคุณยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพเกินจริง และกระทำผิดกฎหมาย และให้ประชาชนความรับผิดชอบร่วมในการจัดการ
๒. สร้างระบบการบริหารจัดการเครือข่ายบูรณาการการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ สื่อองค์กรวิชาชีพ องค์กรท้องถิ่น ภาคประชาสังคม และผู้บริโภคให้เกิดเป็นภาคีเครือข่ายยุทธศาสตร์การทำงานระดับชาติที่เข้มแข็ง มีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีผู้นำการเปลี่ยนแปลงในแต่ละระดับ และมีเอกภาพทางการปฏิบัติที่ต่อเนื่องเชื่อมโยงจากระดับชาติ ภูมิภาค จังหวัด จนถึงระดับหมู่บ้าน
๓. เสริมสร้างเอกภาพ ความเข้มข้น ความจริงจังในการบูรณาการทรัพยากรและการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมกันระหว่างภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการบังคับใช้กฎหมายและการจัดการกับสื่อโฆษณาที่โอ้อวดสรรพคุณยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพเกินจริง และกระทำผิดกฎหมาย ให้มีประสิทธิภาพทั่วถึง ทันทีทันที่
๔. ส่งเสริม สนับสนุน กำกับ ยกย่อง สื่อในทุกระดับของประเทศที่ร่วมโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สรรพคุณยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง สอดคล้องตามกฎหมาย และมีความรับผิดชอบต่อสังคม และจัดการเข้มเด็ดขาดกับสื่อที่กระทำผิดกฎหมายเพื่อไม่ให้เป็นอย่าง
๕. สร้างและพัฒนาระบบฐานข้อมูล สารสนเทศ และองค์ความรู้ของการโฆษณา เผยแพร่สรรพคุณยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความเชื่อมโยงข้อมูลและใช้ประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นระบบ เป็นฐานข้อมูลระดับประเทศ
๖. พัฒนาระบบการจัดการเรื่องร้องเรียนให้มีมาตรฐาน ทันสมัย มีประสิทธิภาพสูงสุด และให้เป็นที่ยอมรับเชื่อมั่น และวางใจจากประชาชนผู้บริโภค
๗. สร้างกลไก มาตรการการขับเคลื่อนเชิงนโยบายที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางปฏิบัติทั้งประเทศ พร้อมพัฒนา และปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ มาตรการที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลการโฆษณาสรรพคุณยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความทันสมัย และเป็นสากล
๘. เชื่อมโยงการทำงานการจัดการการโฆษณาสรรพคุณยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพกับกลุ่มประเทศในประชาคมอาเซียน และระดับนานาชาติเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน
๙. พัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในของหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการจัดการกับการโฆษณาสรรพคุณยา อาหาร และผลิตภัณฑ์ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพ พร้อมเสริมสร้างสวัสดิภาพ การให้การคุ้มครอง การจัดประโยชน์แก่ผู้บริโภค และค่าตอบแทนแก่บุคลากรทั้งระบบ เครือข่ายผู้ปฏิบัติงานด้านการจัดการกับโฆษณาโอ้อวดเกินจริงอย่างเหมาะสม

## วิสัยทัศน์

“มุ่งสู่สังคมแห่งจิตสำนึกร่วมในการจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย ด้วยภาคีเครือข่ายระดับชาติ และทุกมิติพื้นที่ของประเทศเชิงบูรณาการที่เข้มแข็ง”

### นิยามวิสัยทัศน์

1. **สังคมแห่งจิตสำนึกร่วมในการจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย** หมายถึงสังคมที่อยู่ร่วมกันอย่างสมดุล มีความรับผิดชอบต่องานในการจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย โดยผู้เกี่ยวข้องต้องมีบทบาทและหน้าที่ดังนี้
  - 1) ผู้บริโภค รู้เท่าทันสื่อโฆษณา รู้และปกป้องสิทธิผู้บริโภค
  - 2) ผู้ประกอบธุรกิจ(ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้จัดทำโฆษณา)ปฏิบัติภายใต้กรอบกฎหมายและผลกระทบที่เกิดต่องาน
  - 3) ภาครัฐ ให้ความรู้ ส่งเสริมสนับสนุน ประสานความร่วมมือ ยกย่อง ประกาศเกียรติคุณ รวมถึงการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
2. **ภาคีเครือข่ายระดับชาติและทุกมิติพื้นที่ของประเทศ** หมายถึง ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาคประชาสังคม ภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรอิสระ สมาคม ชมรม เป็นต้น ที่ครอบคลุมทุกมิติตั้งแต่ระดับบุคคล ระดับครอบครัว ระดับชุมชน ระดับสังคม และระดับชาติ
3. **การบูรณาการที่เข้มแข็ง** หมายถึง การร่วมมือ ร่วมใจ ดำเนินงานเพื่อการจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย อย่างเป็นเอกภาพ ภายใต้เป้าหมายเดียวกัน รวมถึงใช้ทรัพยากรร่วมกันให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีระบบฐานข้อมูลระดับชาติ ที่เชื่อมโยงตั้งแต่ระดับพื้นที่ ระดับท้องถิ่น จนถึงระดับประเทศ

### พันธกิจ

1. กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์การดำเนินงานของประเทศและปรับปรุงและพัฒนากฎหมายระเบียบ มาตรการเชิงรุกเพื่อจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายให้เกิดความคล่องตัวและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
2. ส่งเสริม สนับสนุนการสร้างความรู้ความตระหนักและองค์ความรู้ แก่ประชาชนและผู้บริโภคให้เท่าทันการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายและร่วมรับผิดชอบในการจัดการปัญหาอย่างมีจิตสำนึก
3. สร้างและพัฒนาภาคีเครือข่ายการจัดการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายให้เข้มแข็งอย่างบูรณาการ ทั้งมิติการส่งเสริม การควบคุม การกำกับ และการบังคับใช้กฎหมาย
4. พัฒนาระบบงาน ระบบฐานข้อมูล ชีตความสามารถและความมั่นคงของผู้ปฏิบัติงานในการจัดการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย

## 2. ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การบริหารจัดการภาคีเครือข่ายการจัดการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายให้เข้มแข็งและมีเอกภาพ
  - เป้าหมาย : ปัญหาของการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายของประเทศลดลง
  - ตัวชี้วัดหลัก : อัตราการลดลงของปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย
  - ผลผลิต : ภาคีการจัดการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายในมิติประเทศ จังหวัด หมู่บ้านที่มีมาตรฐานตามเกณฑ์
  - กลยุทธ์ :
    - 1) สร้างหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพ
    - 2) เสริมสร้างจริยธรรมสังคม ให้ความรู้ และสร้างความรับผิดชอบร่วมแก่ประชาชน ผู้บริโภค สื่อ และภาคีเครือข่าย ทุกภาคส่วนอย่างทั่วถึง และต่อเนื่อง
    - 3) เพิ่มประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายที่เด็ดขาดและการจัดการข้อร้องเรียนของประชาชนที่ทั่วถึงและครบวงจร

## 2. การเสริมสร้างจิตสำนึกร่วมของสังคม และการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

- **เป้าหมาย:** ประชาชน ชุมชน มีความตระหนัก มีความรู้อย่างเท่าทัน และร่วมรับผิดชอบ ต่อปัญหา การกระทำผิดของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- **ตัวชี้วัดหลัก:** อัตราการเพิ่มขึ้นของชุมชนที่มีระบบการจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ ผิดกฎหมาย
- **ผลผลิต:** มีชุมชนต้นแบบการจัดการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย ทั่วประเทศทุกจังหวัด
- **กลยุทธ์:**
  - 1) สร้างสรรค์สังคมแห่งจิตสำนึกร่วมในการจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายที่ เข้มแข็ง ยั่งยืน
  - 2) สร้างมาตรการเชิงรุก มุ่งเสริมสร้างความรู้ ปรับทัศนคติประชาชนให้เท่าทันสื่อโฆษณาไอ้อวดเกิน จริงแก่ประชาชนในพื้นที่อย่างกว้างขวางโดยการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมและองค์กรสื่อเชิง พื้นที่
  - 3) เยียวยา พื้นฟู ผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โฆษณาไอ้อวดเกินจริง

## 3. พัฒนาระบบงาน บุคลากรและระบบบริการ ที่มีประสิทธิภาพสูง

- **เป้าหมาย:** ประชาชน และผู้บริโภค มีความเชื่อมั่นไว้วางใจ ในประสิทธิภาพ การบริการและ มาตรฐาน การจัดการข้อร้องเรียนการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย
- **ตัวชี้วัดหลัก:** ร้อยละของความเชื่อมั่นและไว้วางใจในประสิทธิภาพ การบริการ และมาตรฐาน การ จัดการข้อร้องเรียนของการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย
- **ผลผลิต:** ข้อร้องเรียนการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย ได้รับการจัดการอย่างมี ประสิทธิภาพครบวงจร
- **กลยุทธ์**
  - 1) พัฒนาระบบฐานข้อมูล และการสร้างสรรค์องค์ความรู้สู่คลังข้อมูล และสารสนเทศด้านการจัดการ ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่กระทำผิดกฎหมายโฆษณาไอ้อวดเกินจริงระดับประเทศที่ทันสมัย สะดวก มีมาตรฐานสากล
  - 2) สร้างระบบการจัดการเรื่องร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพเบ็ดเสร็จจุดเดียว และเป็นหน่วยงานที่มีความ เป็นเลิศด้านการจัดการ (Excellent Call Center : ECC)