

แผนยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโภชนาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ พ.ศ. ๒๕๕๗ – ๒๕๖๑

วิสัยทัศน์ (Vision)

“มุ่งสู่สังคมแห่งจิตสำนึกที่ร่วมรับผิดชอบในการเฝ้าระวัง ร้องเรียน และจัดการปัญหาโภชนาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ด้วยภาคีเครือข่ายระดับชาติและระดับพื้นที่เชิงบูรณาการอย่างเข้มแข็ง”

พันธกิจ (Mission)

พันธกิจเป็นภารกิจที่ภาคีทุกภาคส่วนต้องสร้างพันธสัญญาในการกระทำร่วมกันเพื่อการพัฒนาไปสู่วิสัยทัศน์ซึ่งประกอบด้วยพันธกิจดังนี้

๑. กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์การดำเนินงานของประเทศและพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ ปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย ระเบียบ มาตรการเชิงรุก เพื่อจัดการปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายให้เกิดความทันสมัยคล่องตัว และมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

๒. สร้างและพัฒนาภาคีเครือข่ายระดับชาติและระดับพื้นที่ในการจัดการโฆษณาที่ผิดกฎหมายให้เข้มแข็งอย่างบูรณาการ ทั้งการส่งเสริม การควบคุม การกำกับ และการบังคับใช้กฎหมาย ภายใต้โครงสร้างการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพทุกระดับ

๓. พัฒนาระบบสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายให้มีประสิทธิภาพสูงสุดโดยเฉพาะระบบฐานข้อมูล ชีตความสามารถ ความมั่นคงของผู้ปฏิบัติงานร่วม และการประสานงานเชิงรุกในการจัดการโฆษณาที่ผิดกฎหมายที่รวดเร็ว ทันท่วงทีและทั่วถึง

๔. ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาสื่อสารมวลชนของประเทศ ทั้งผู้ประกอบการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม สื่อสิ่งพิมพ์ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อทั้งในระดับชาติและระดับพื้นที่ ให้เป็นสื่อสีขาว มีจริยธรรม ที่ไม่โฆษณาผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๕. ส่งเสริม สนับสนุน สร้างความตระหนัก ความรับผิดชอบ และองค์ความรู้แก่ประชาชน ให้เท่าทันการโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ และมีส่วนร่วมเฝ้าระวัง ร้องเรียน และจัดการปัญหาอย่างมีจิตสำนึกพลเมือง

เป้าประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์

เป้าประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์ภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ประกอบด้วยเป้าประสงค์ดังนี้

๑. ประเทศไทยสามารถลดปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้ลดน้อยลงภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐

๒. ประชาชน ชุมชน และทุกภาคส่วนมีความตระหนัก มีความรู้อย่างเท่าทันและร่วมรับผิดชอบต่อปัญหา การโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่กระทำผิดกฎหมาย มี “พื้นที่ต้นแบบ” ในการจัดการปัญหาการ โฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ อย่างน้อยจังหวัดละ ๑ พื้นที่

๓. สัดส่วนเรื่องร้องเรียนจากประชาชน ชุมชน และทุกภาคส่วนในพื้นที่ที่นำไปสู่การจัดการกับโฆษณาที่ ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผ่านการร้องทุกข์ กล่าวโทษ เปรียบเทียบปรับตามกฎหมาย และมีกระบวนการติดตามอย่างสมบูรณ์ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐ จากเรื่องร้องเรียนทั้งหมด

๔. ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นไว้วางใจในประสิทธิภาพการบริการและการจัดการข้อร้องเรียนการโฆษณาที่ ผิดกฎหมายของยา อาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีระดับความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๕

๕. สื่อสารมวลชนของประเทศทั้งผู้ประกอบการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการ โทรคมนาคม สื่อสิ่งพิมพ์ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อทั้งในระดับชาติและระดับพื้นที่ ในระบบฐานข้อมูลของประเทศ เป็นสื่อสีขาว มีจริยธรรม โดยไม่โฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๖. ประเทศไทยมีระบบฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ระบบฐานข้อมูลเฝ้าระวังโฆษณา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ระบบฐานข้อมูลโฆษณาที่ผิดกฎหมาย และระบบฐานข้อมูลเชิงวิชาการด้านยา อาหาร และ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เสร็จสมบูรณ์ มีคุณภาพสูง ครบถ้วน ทันสมัย เข้าถึงด้วยความสะดวก รวดเร็ว และสามารถ เชื่อมโยงการใช้ประโยชน์ร่วมกันของภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคีทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้ง ๔ ฐานข้อมูล

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue)

๑. การกำหนดนโยบาย มาตรการระดับชาติ และโครงสร้างการบริหารจัดการปัญหาการโฆษณาที่ ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่เป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพสูง

๒. การพัฒนา ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ และการบังคับใช้แบบบูรณาการของภาคีที่เกี่ยวข้องทั้ง ในประเทศและการเชื่อมโยงกับประชาคมอาเซียนให้มีประสิทธิภาพ

๓. การส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม กิจการสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ และผู้ประกอบการวิชาชีพด้านสุขภาพ ให้ตระหนักถึงจรรยาบรรณวิชาชีพ หลักจริยธรรม หลักสิทธิชุมชน และหลักสิทธิมนุษยชน

๔. การสร้างและพัฒนาเครือข่าย กลไกการเฝ้าระวังการจัดการปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในระดับประเทศและพื้นที่ให้เข้มแข็ง ครอบคลุมความหลากหลายทางเพศ วัย ชาติพันธุ์ วิชาชีพ สังคม วัฒนธรรม โดยบูรณาการกับต้นทุนทางสังคม วัฒนธรรมท้องถิ่น

๕. การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและขีดความสามารถของบุคลากรทั้งระบบให้สามารถรองรับการเฝ้าระวัง ป้องกันและแก้ไขปัญหาการโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย ทั้งในระดับชาติและพื้นที่

กลยุทธ์ของประเด็นยุทธศาสตร์

แผนยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ พ.ศ. ๒๕๕๗ - ๒๕๖๑ มีกลยุทธ์ของประเด็นยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

๕ ประเด็นยุทธศาสตร์	๑๙ กลยุทธ์
<p>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ การกำหนดนโยบาย มาตรการระดับชาติ และโครงสร้างการบริหารจัดการปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่เป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพสูง</p>	<p>กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างกลไก นโยบายระดับชาติและพื้นที่ เพื่อขับเคลื่อนการจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้ครอบคลุมทุกระดับ ทั้งในระดับส่วนกลาง ภูมิภาค เขต จังหวัด และอำเภอ</p>
<p>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนา ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ และการบังคับใช้แบบบูรณาการของภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและการเชื่อมโยงกับประชาคมอาเซียนให้มีประสิทธิภาพ</p>	<p>กลยุทธ์ที่ ๑ การพัฒนา ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ ให้มีประสิทธิภาพและมีความทันสมัย</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เพื่อการบังคับใช้กฎหมายอย่างบูรณาการ โดยกำหนดให้มีผู้รับผิดชอบหลักและแผนการดำเนินงานอย่างชัดเจน</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๓ บูรณาการความร่วมมือกับประชาคมอาเซียน ในการจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p>
<p>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาผู้ประกอบการ กิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ กิจกรรมโทรคมนาคม กิจกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ และผู้ประกอบการวิชาชีพด้านสุขภาพ ให้ตระหนักถึงจรรยาบรรณวิชาชีพ หลักจริยธรรม หลักสิทธิชุมชน และหลักสิทธิมนุษยชน</p>	<p>กลยุทธ์ที่ ๑ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการฯ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ และผู้ประกอบการวิชาชีพด้านสุขภาพ มีความรู้ ความเข้าใจ กฎหมายที่ควบคุมโฆษณาอย่างถูกต้อง</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๒ ยกย่องผู้ประกอบการฯ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่ดี และลงโทษผู้โฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๓ สนับสนุนการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาเพื่อสร้างการเรียนรู้ให้ตระหนักถึงจรรยาบรรณวิชาชีพ หลักจริยธรรม หลักสิทธิชุมชน และหลักสิทธิมนุษยชนในสถาบันการศึกษา</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๔ สร้าง พัฒนาเกณฑ์จริยธรรม จรรยาบรรณ รวมถึงหลักสิทธิมนุษยชน และแนวทางปฏิบัติในการเผยแพร่ข้อมูลด้านยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมทั้งสร้างกลไกการตรวจสอบกันเอง</p>

๕ ประเด็นยุทธศาสตร์	๑๙ กลยุทธ์
<p>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔</p> <p>การสร้างและพัฒนาเครือข่าย กลไกการเฝ้าระวัง จัดการปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในระดับประเทศและพื้นที่ให้เข้มแข็ง ครอบคลุมความหลากหลายทางเพศ วัย ชชาติพันธุ์ วิชาชีพ สังคม วัฒนธรรม โดยบูรณาการกับต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น</p>	<p><u>กลยุทธ์ที่ ๑</u> สร้างมาตรการเชิงรุก มุ่งสร้างความรู้ความเข้าใจ ปรับทัศนคติผู้บริโภคให้ “รู้เท่าทันสื่อ” และลดการบริโภคที่เกินความจำเป็น</p> <p><u>กลยุทธ์ที่ ๒</u> ส่งเสริม พัฒนาศักยภาพ และขยายเครือข่าย เฝ้าระวังการโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ระดับพื้นที่ให้เข้มแข็ง ทั่วถึงทุกพื้นที่ โดยร่วมกับเครือข่ายหมออนามัย สมัชชาสุขภาพจังหวัด อาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน และผู้นำชุมชนทั่วประเทศ และเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายระดับประเทศ</p> <p><u>กลยุทธ์ที่ ๓</u> พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและรับเรื่องร้องเรียนในระดับชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลระดับชาติกับระดับพื้นที่</p> <p><u>กลยุทธ์ที่ ๔</u> เสริมสร้างศักยภาพและความรับผิดชอบร่วมของชุมชนในการจัดการกับปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p> <p><u>กลยุทธ์ที่ ๕</u> ส่งเสริม สนับสนุนเครือข่ายให้มีความสามารถ เฝ้าระวัง ป้องกัน และแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>
<p>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕</p> <p>การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและขีดความสามารถของบุคลากรทั้งระบบให้สามารถรองรับการเฝ้าระวัง ป้องกันและแก้ไขปัญหา การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายทั้งในระดับชาติและพื้นที่</p>	<p><u>กลยุทธ์ที่ ๑</u> พัฒนาระบบการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนให้มีเอกภาพ ประสิทธิภาพ และเป็นหน่วยงานบริการที่มีความเป็นเลิศด้านการจัดการ (Excellent Call Center: ECC)</p> <p><u>กลยุทธ์ที่ ๒</u> พัฒนาระบบฐานข้อมูล และออกแบบระบบสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกระดับ รวมทั้งสื่อสารและส่งเสริมให้เครือข่ายเฝ้าระวังการโฆษณาที่ผิดกฎหมายสามารถเข้าใช้ฐานข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p><u>กลยุทธ์ที่ ๓</u> เสริมสร้างสมรรถนะผู้ปฏิบัติงานในการขับเคลื่อนภารกิจจัดการปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p> <p><u>กลยุทธ์ที่ ๔</u> พัฒนาระบบการเฝ้าระวัง พื้นที่ผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการใช้ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โฆษณาโอ้อวดเกินจริง และคุ้มครองผู้ร้องเรียนให้มีความปลอดภัย</p> <p><u>กลยุทธ์ที่ ๕</u> พัฒนาระบบการกำกับติดตามและประเมินผล โดยกำหนดตัวชี้วัดที่สามารถบ่งชี้ความสำเร็จในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p>

* หมายเหตุ : ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ ให้หมายรวมถึงผู้ผลิตสื่อโฆษณาด้วย