



วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และยุทธศาสตร์

วิสัยทัศน์

ผู้บริโภครับการคุ้มครองสิทธิตามรัฐธรรมนูญและธรรมนูญว่าด้วยระบบสุขภาพแห่งชาติ

พันธกิจ

1. พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและองค์กรผู้บริโภคโดยส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม
2. ส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยเป็นธรรม เท่าทัน และบริโภคอย่างยั่งยืน
3. พัฒนาความร่วมมือและเสริมสร้างความเข้มแข็งในการบูรณาการการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกันของภาคีทั้งภาครัฐและภาคประชาสังคม
4. ผลักดันนโยบาย กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

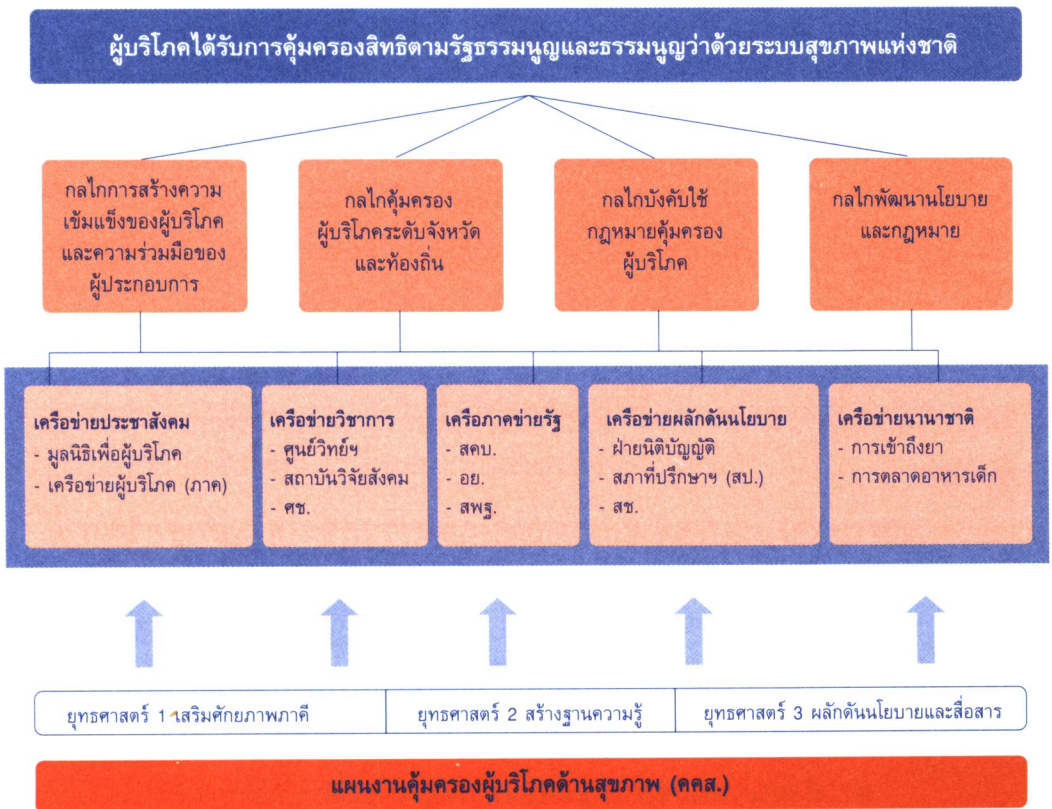
1. เสริมบทบาทและศักยภาพของภาครัฐและเครือข่ายประชาสังคมในการคุ้มครองผู้บริโภค
2. สร้างฐานความรู้สนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภค
3. พัฒนานโยบายสาธารณะ โครงสร้าง และกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภค

กรอบแนวคิดยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ของแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพมี 3 ด้าน ได้แก่
ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมศักยภาพภาคีผ่านการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างฐานความรู้คุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทัน
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ผลักดันนโยบายสาธารณะโดยการสื่อสารสังคม



ทั้งนี้แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพได้ประมวลกรอบแนวคิดการดำเนินงานของแผนงานฯ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2552-2555) ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการดำเนินงานของแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ (พ.ศ. 2552-2555)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมศักยภาพภาคีผ่านการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติ

แผนงานฯ มุ่งหมายที่จะเสริมสร้างความเข้มแข็งและขยายภาคีเครือข่ายอย่างมีเป้าหมายจำเพาะ การดำเนินงานมีเป้าหมายที่สนองตอบในประเด็นต่อไปนี้

1. บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกระจายอำนาจการคุ้มครองผู้บริโภค
2. บทบาทของผู้ประกอบการในการรับผิดชอบต่อสังคม
3. บทบาทการเฝ้าระวังน้ำมันทอดซ้ำเสื่อมสภาพเพื่อลดความเสี่ยงจากการบริโภค
4. บทบาทในการปกป้องเด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ คนพิการ และผู้ด้อยโอกาส จากการบริโภคตามธรรมเนียมสุขภาพแห่งชาติ
5. การสร้างความสัมพันธ์ของผู้ป่วยและผู้ให้บริการ (กองทุนชดเชยความเสียหาย)

การทำงานของเครือข่ายผู้บริโภคต้องทำให้เกิดความเข้มแข็งของระบบการคุ้มครองผู้บริโภคของภาครัฐและประชาสังคมในระดับฐานราก และต้องนำไปสู่บทเรียนหรือนวัตกรรมใหม่ ตลอดจนข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์นี้จะดำเนินการภายใต้ **แผนงานย่อยเสริมศักยภาพภาคี** โดยมีแนวทาง คือ

- จัดกระบวนการพัฒนาความรู้รองรับผ่านกลไกพัฒนาศักยภาพและเสริมการเรียนรู้ท่ามกลางการปฏิบัติ ในรูปแบบสถาบันวิทยากรจัดการเพื่อผู้บริโภคหรือวิทยาลัยผู้บริโภค
- พัฒนาสมรรถนะขององค์กรผู้บริโภค และการสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านกระบวนการเรียนรู้จากการทำงานในพื้นที่ปฏิบัติการหรือชุมชน





เน้นกลไกและการจัดการที่นำไปสู่กระบวนการแก้ปัญหาการ
คุ้มครองผู้บริโภค โดยพัฒนารูปแบบการจัดการให้สามารถขยาย
ไปสู่พื้นที่ต่างๆ

- พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค
โดยการจัดการเครือข่าย และการรวมกลุ่ม
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับต่างๆ เช่น องค์กรความร่วมมือ
ระดับชาติ สมัชชาภาค เครือข่ายจังหวัด ภาคีท้องถิ่นและชุมชน

สถาบันหรือวิทยาลัยผู้บริโภคตามยุทธศาสตร์นี้ ไม่เน้นรูปแบบการเรียน
การสอนในห้องเรียน เน้นการศึกษาผ่านการปฏิบัติและกระบวนการจัดการที่นำ
ไปสู่การแก้ปัญหา การขยายไปสู่พื้นที่ต่างๆ การขยายความร่วมมือของเครือข่าย
เพื่อแก้ปัญหาเชิงนโยบาย มีลักษณะมุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะ (Capacity
Building) ผ่านกระบวนการพัฒนาบุคคล (Individual), หน่วยปฏิบัติการ (Node)
และเครือข่าย (Network) หรือเรียกว่า กระบวนการ INN ซึ่งจะทำให้เกิดความ
ร่วมมือในวงกว้างเพื่อการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นที่จะพัฒนา
เครือข่ายมุ่งเน้นตามความเชี่ยวชาญของ คคส. ตามที่กล่าวไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 2
และรวมถึงประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือพื้นที่ ตลอดจนปัญหาคุ้มครอง
ผู้บริโภคที่เกิดขึ้นใหม่และมีผลกระทบต่อสุขภาพ

ทั้งนี้สามารถติดตามและประเมินความเข้มแข็งของเครือข่ายได้จากผลลัพธ์
ต่างๆ ดังนี้

- จำนวนเครือข่ายและศักยภาพของเครือข่ายในการแก้ปัญหาของ
ผู้บริโภคจากความเสี่ยงที่ทำให้เสียสุขภาพและเสียทรัพย์สิน เมื่อมี
การละเมิดสิทธิ
- บทเรียนหรือนวัตกรรมใหม่ เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และอาจนำไป
สู่การพัฒนา หรือข้อเสนอระดับนโยบาย
- ข้อเสนอเพื่อพัฒนานโยบายหรือระบบคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างฐานความรู้คุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทัน

ในระยะที่สองนี้ คคส. มุ่งสร้างความเชี่ยวชาญต่อเนื่องในประเด็นต่างๆ ประกอบด้วย

(1) องค์การอิสระผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีบทบาทในการพัฒนานโยบายสาธารณะด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

(2) การบังคับใช้ พ.ร.บ.ความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย และพ.ร.บ.วิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมกลไกการใช้สิทธิชดเชยความเสียหายอย่างทั่วถึง

(3) รูปแบบการเฝ้าระวังและแก้ปัญหาที่น่ามันทอดซ้ำเสื่อมสภาพ เพื่อให้เกิดกลไกปกป้องความปลอดภัยอย่างครบวงจร

(4) นโยบายและรูปแบบการตลาดอาหารเด็กและเยาวชนที่เหมาะสมต่อสุขภาพ

(5) การเข้าถึงยาในระบบบริการสุขภาพ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพที่จำเป็นของประชากรอย่างถ้วนหน้า

(6) การพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัดและชุมชน เพื่อให้เกิดกลไกรองรับระบบคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับ

รวมทั้งการพัฒนางานวิชาการอื่นๆ โดยนำสาระในธรรมนูญว่าด้วยระบบสุขภาพแห่งชาติด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมาใช้กำกับทิศทางการดำเนินงาน

ยุทธศาสตร์นี้จะดำเนินการภายใต้ **แผนงานย่อยพัฒนาฐานความรู้คุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทัน** โดยมีแนวทาง คือ

- สนับสนุนหรือดำเนินการวิจัยองค์ความรู้เชิงระบบด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการประสานการทำงานวิชาการกับสถาบันวิชาการ องค์การวิชาชีพ เครือข่ายนักวิชาการและองค์กรผู้บริโภค
- ศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนานโยบายและกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ การคุ้มครองผู้บริโภคภาครัฐ รูปแบบองค์การอิสระเพื่อผู้บริโภค และการปรับปรุงกลไกกฎหมายเพื่อให้เอื้อต่อสิทธิของผู้บริโภค



- สนับสนุนการวิจัยเชิงประเด็นด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มุ่งหมายข้อมูลที่ถูกต้องด้านความปลอดภัย ประสิทธิภาพ เหมาะสม และคุ้มค่า ครอบคลุมการวิจัยเชิงประเด็นที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สุขภาพ การบริการ และสินค้าอื่นๆ ที่มีผลต่อผู้บริโภค
- จัดให้มีฐานข้อมูลเผยแพร่การวิจัยและการจัดการความรู้สู่สาธารณชน นำเสนอผลการศึกษารวบรวมด้วยรูปแบบที่เข้าถึงผู้บริโภคและมีผลต่อการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค เน้นการมีส่วนร่วมในการประเมินผลการรับรู้และประโยชน์ที่ได้รับของผู้บริโภค
- การพัฒนาตัวชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคระดับชาติ

ผลลัพธ์สามารถดูได้จากการ

- มีเครือข่ายนักวิชาการ/นักวิจัยเพิ่มขึ้น และร่วมพัฒนาองค์ความรู้การคุ้มครองฯ
- มีองค์ความรู้เชิงระบบและเชิงประเด็นที่สามารถใช้แก้ปัญหาหรือพัฒนาระบบ
- มีฐานข้อมูลหรือสื่อเผยแพร่องค์ความรู้ที่ภาคีเครือข่ายเข้าถึงได้ โดยเฉพาะระดับชุมชนท้องถิ่น

ทั้งนี้องค์ความรู้ที่ได้จะถูกนำไปใช้แก้ปัญหาหรืออ้างอิงในการทำงานของภาคีในระดับต่างๆ และนำไปใช้พัฒนานโยบายสาธารณะในระดับชาติและสากล



ยุทธศาสตร์ที่ 3 ผลักดันนโยบายสาธารณะโดยการสื่อสารสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ดำเนินการภายใต้ **แผนงานย่อยนโยบายสาธารณะการคุ้มครองผู้บริโภคและสื่อสารสังคม** คาดหวังให้เครือข่ายผู้บริโภคตื่นตัวและมีส่วนร่วมในการผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยเฉพาะการเร่งรัดให้มีการจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตามที่รัฐธรรมนูญบัญญัติไว้ให้เป็นผลสำเร็จ เพื่อเป็นกลไกสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับกระบวนการที่คุ้มครองผู้บริโภคกับสังคมไทย และนำเสนอแนะนโยบายและมาตรการและบทบาทของภาครัฐในการแก้ปัญหา รวมถึงการปรับปรุงโครงสร้างการบังคับใช้กฎหมายที่เหมาะสม

แผนงานย่อยนโยบายสาธารณะด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและสื่อสารสังคม ดำเนินการโดย

- สนับสนุนการรณรงค์ให้เกิดนโยบายและการดำเนินการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- สนับสนุนการนำเสนอปัญหาผู้บริโภคสู่สาธารณะเพื่อการแก้ปัญหา การนำเสนอแนะนโยบายและบทบาทขององค์กรภาครัฐ เพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคผ่านสื่อต่างๆ
- สนับสนุนการสื่อสารสังคมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค สร้างเวทีแลกเปลี่ยนกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภค ให้มีการประชุมประจำปีเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคเพื่อนำเสนอผลงาน จัดทำรายงานประจำปีด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นให้สังคมเกิดความเข้าใจและมีส่วนร่วม



ยุทธศาสตร์นี้ สามารถติดตามผลลัพธ์ได้จาก

- จำนวนการรณรงค์ข้อเสนอนโยบายสาธารณะคุ้มครองผู้บริโภค ผ่านกลไกนิติบัญญัติ องค์การอิสระและเวทีประชาสังคม
- ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้รับการเห็นชอบและนำไปสู่การปฏิบัติ
- การจัดประชุมวิชาการประจำปีเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคเพื่อนำเสนอผลงาน และมีรายงานประจำปีการคุ้มครองผู้บริโภค

แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพดำเนินการภายใต้ การบริหารจัดการ เพื่อครอบคลุมการจัดการและการประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ จากผลงานที่ผ่านมา คคส. มีบทบาทเด่นด้านระบบการประเมินผลและได้ใช้ประโยชน์จากการพัฒนารูปแบบการประเมินผลไปถึงการพัฒนาภาคีรับทุน และมีการบริหารจัดการที่บรรลุผลเป็นไปตามช่วงเวลา การบริหารจัดการสามารถติดตามผลลัพธ์

- มีระบบการบริหารจัดการที่สร้างผลผลิตตามเป้าหมาย เป็นไปตามระเบียบการเงิน
- มีการประสานภาคีและใช้องค์ความรู้ในประเด็นความร่วมมือที่กำหนดได้สำเร็จ
- มีระบบการประเมินผลตามตัวชี้วัดผลลัพธ์ จากกลไกภายในและภายนอกสามารถป้อนกลับเพื่อการปรับปรุงได้ทันต่อสถานการณ์ ตลอดจนรายงานคณะกรรมการกำกับทิศทางฯ และ สสส. ได้ทันการณ์และถูกต้อง



ตารางที่ 2 ยุทธศาสตร์และเครือข่ายที่มีบทบาทในการดำเนินงาน กลวิธีสำคัญ และดัชนีชี้วัด

ยุทธศาสตร์	เครือข่าย	กลวิธีสำคัญ	ดัชนีชี้วัด
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมศักยภาพภาคีผ่านการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติ</p> <p>เครือข่าย</p>	<ol style="list-style-type: none"> มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เครือข่ายผู้บริโภคภาคเหนือ เครือข่ายผู้บริโภคภาคอีสาน เครือข่ายผู้บริโภคภาคใต้ เครือข่ายผู้บริโภคภาคกลาง ผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นเรื่อง CSR องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นการกระจายอำนาจ การมีส่วนร่วมในงานคุ้มครองผู้บริโภค และการสนับสนุนงบประมาณจากท้องถิ่น เครือข่ายเภสัชกรสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เครือข่ายเภสัชกรโรงพยาบาลชุมชน ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาสุขภาพภาคประชาชน กองพัฒนาสุขภาพภาคประชาชน 	<ol style="list-style-type: none"> จัดกระบวนการพัฒนาความรู้ผ่านกลไกที่จะสร้างขึ้นใหม่ เพื่อเสริมศักยภาพการเรียนรู้ท่ามกลางการปฏิบัติ ในรูปแบบสถาบันวิทยากร จัดการเพื่อผู้บริโภค หรือ วิทยาลัยผู้บริโภค พัฒนาสมรรถนะขององค์กร ผู้บริโภค และการสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านกระบวนการเรียนรู้จากการทำงานในพื้นที่ ปฏิบัติการหรือชุมชน เน้นกลไกและการจัดการที่นำไปสู่กระบวนการแก้ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค โดยพัฒนารูปแบบการจัดการให้สามารถขยายไปสู่พื้นที่ต่างๆ 	<ol style="list-style-type: none"> มีเครือข่ายป้องกันปัญหา मामันทอดตาเสื่อมสภาพ ทำหน้าที่ประสานและผลักดันให้เกิดปฏิบัติการเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา मामันทอดตาเสื่อมสภาพอย่างมีประสิทธิภาพ โดยประสานกับผู้ประกอบการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักวิชาการ และเครือข่ายผู้บริโภคใน 4 ภูมิภาค ภูมิภาคละอย่างน้อย 2 จังหวัด มีเครือข่าย สถาบันฯ หรือวิทยาลัยฯ เพื่อพัฒนาสมรรถนะผู้บริโภค ทำหน้าที่พัฒนาสมรรถนะผู้บริโภคและทำให้เกิดกลไกผู้บริโภคภาคประชาสังคมที่เข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย 4 ภูมิภาค ภูมิภาคละ 2 จังหวัด มีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ระดับจังหวัดและท้องถิ่น ทำหน้าที่พัฒนารูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคของจังหวัด ให้เป็นเครื่องมือในการ

ยุทธศาสตร์	เครือข่าย	กลวิธีสำคัญ	ดัชนีชี้วัด
	<p>เครือข่ายความร่วมมือในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค โดยการจัดทําเครือข่าย และการรวมกลุ่ม</p> <p>สร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับต่างๆ เช่น องค์กรความร่วมมือระดับชาติ สัมชามภาค เครือข่ายจังหวัด ภาคีท้องถิ่นและชุมชน</p>	<p>4. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค โดยการจัดทําเครือข่าย และการรวมกลุ่ม</p> <p>5. สร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับต่างๆ เช่น องค์กรความร่วมมือระดับชาติ สัมชามภาค เครือข่ายจังหวัด ภาคีท้องถิ่นและชุมชน</p>	<p>เสริมสร้างศักยภาพของผู้บริโภค ให้มีพลังในการปกป้องและดูแลตนเองได้อย่างเข้มแข็ง ตลอดจนสร้างช่องทาง การเชื่อมโยงของข้อมูลข่าวสารระหว่าง องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้บริโภค ที่มีประสิทธิภาพ และสร้างกลไก แก้ปัญหา การถูกละเมิดสิทธิของ ผู้บริโภคที่สอดคล้องกับบริบทในพื้นที่ จำนวน 15 จังหวัด</p> <p>4. มีเครือข่าย อสม.กับงานคุ้มครอง ผู้บริโภคในระดับชุมชน ทำหน้าที่พัฒนา การจัดการความรู้ การบูรณาการระบบ คุ้มครองผู้บริโภคเข้ากับกิจกรรมของ อสม.เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภค ระดับตำบลและหมู่บ้านใน 4 ภูมิภาค ภูมิภาคละ 3 จังหวัด</p> <p>5. พัฒนาเครือข่ายปกป้องเด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส จากผล ด้านลบของการบริโภค โดยทำหน้าที่ ศึกษาและพัฒนารูปแบบการป้องกัน และคุ้มครองผู้บริโภค</p>

ยุทธศาสตร์	เครือข่าย	กลวิธีสำคัญ	ดัชนีชี้วัด
			<p>6. พัฒนาเครือข่ายแก้ไขปัญหาอาชีพชีวิตนะ ที่มีผลกระทบต่อชุมชน ทำหน้าที่ศึกษา และพัฒนารูปแบบการแก้ไขปัญหา ที่เกิดจากการใช้ยาปฏิชีวนะ ที่ไม่เหมาะสมในระดับชุมชน โดยผ่านกลไกในระดับท้องถิ่น</p> <p>7. พัฒนาเครือข่ายเฝ้าระวังปัญหา เทคโนโลยีสุขภาพและผลิตภัณฑ์ สุขภาพ ทำหน้าที่จัดการความรู้เกี่ยวกับ ปัญหาของผู้บริโภคที่เกิดจากเทคโนโลยี สุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพตลอดจน หารูปแบบการแก้ไขปัญหา</p>

ยุทธศาสตร์	เครือข่าย	กลวิธีสำคัญ	ดัชนีชี้วัด
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างฐานความรู้ คุ้มครองผู้บริโภคให้ เท่าทัน</p>	<p>ภาครัฐส่วนกลาง</p> <ol style="list-style-type: none"> สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ สำนักงานคณะกรรมการ การศึกษาขั้นพื้นฐาน <p>สถาบันวิจัย</p> <ol style="list-style-type: none"> สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัยระบบสุขภาพ ภาคใต้ <p>องค์กรวิชาชีพ</p> <ol style="list-style-type: none"> สมาคมสหกรรม (คณะอนุกรรมการพัฒนา วิทยาลัยคุ้มครองผู้บริโภคฯ) คณะทำงานคุ้มครองผู้บริโภค ทันตแพทยสภา 	<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนหรือดำเนินการวิจัย องค์ความรู้เชิงระบบด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค โดยการ ประสานการทำงานวิชาการกับ สถาบันวิชาการ องค์กรวิชาชีพ เครือข่ายนักวิชาการและ องค์กรผู้บริโภค ศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนานโยบาย กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ คุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ และองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ภาครัฐ รูปแบบองค์การอิสระ เพื่อผู้บริโภค การปรับปรุงกลไก กฎหมายเพื่อให้สอดคล้องสิทธิของ ผู้บริโภค สนับสนุนการวิจัยเชิงประเด็น ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มุ่งหมายข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อ ความปลอดภัย ประสิทธิภาพ และความเหมาะสมและคุ้มค่า 	<ol style="list-style-type: none"> ได้องค์ความรู้ที่นำไปใช้เพื่อพัฒนา นโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (เพื่อสนับสนุนการทำงานขององค์กร อิสระผู้บริโภคที่จะตั้งขึ้น ตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2550) อย่างน้อย 2 เรื่อง ได้องค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้เพื่อ พัฒนากลไกที่จำเป็นในการบังคับใช้ กฎหมายตาม พ.ร.บ.ความรับผิดต่อ ความเสียหายที่เกิดจากสินค้า ที่ไม่ปลอดภัย และ พ.ร.บ.วิธีพิจารณาคดี ผู้บริโภค อย่างน้อย 2 เรื่อง ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบ ความร่วมมือระหว่างองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นผู้ประกอบการ นักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาการเฝ้าระวังและแก้ปัญหา นำมามทอต่อข้าขอย่างครบวงจร เพื่อนำไปสู่การขยายผล

ยุทธศาสตร์	เครือข่าย	กลวิธีสำคัญ	ดัชนีชี้วัด
	<p>ระดับสากล</p> <p>9. เครือข่ายนานาชาติเพื่อการเข้าถึงยา</p> <p>10. เครือข่ายเอเชียแปซิฟิกเพื่อการคุ้มครองสุขภาพจากการตลาดอาหารเด็ก</p>	<p>ครอบคลุมการวิจัยเชิงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ การบริการ และสินค้าอื่น ๆ ที่มีผลต่อผู้บริโภค</p> <p>4. จัดให้มีฐานข้อมูลเผยแพร่การวิจัยและการจัดการความรู้</p> <p>ผู้สวาทารณชน นำเสนอผลการศึกษาวิจัยด้วยรูปแบบที่เข้าถึง</p> <p>ผู้บริโภคและมีส่วนออก</p> <p>พัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค</p> <p>เน้นการมีส่วนร่วมในการประเมินผลการรับรู้และประโยชน์ที่ได้รับของผู้บริโภค</p>	<p>4. ได้ข้อเสนอแนะนโยบายและรูปแบบการควบคุมดูแลการตลาดอาหารเด็ก</p> <p>เพื่อการคุ้มครองสุขภาพเด็ก</p> <p>5. ได้ผลการศึกษามากมายที่เรียนเรื่องของการเข้าถึงยาในระบบบริการสุขภาพของประชากรอย่างถ้วนหน้า</p> <p>6. ได้บทเรียนเรื่องการพัฒนากระบวนการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัดและชุมชนในพื้นที่ปฏิบัติการเพื่อนำไปสู่การขยายผล</p> <p>7. ได้ผลการศึกษา “การดำเนินการตามธรรมนูญสุขภาพด้านการคุ้มครองผู้บริโภค”</p> <p>8. ได้รูปแบบระบบการจัดการนิพิพาทจากการละเมิดสิทธิเพื่อพัฒนาระบบชดเชยความเสียหาย</p> <p>9. ได้รูปแบบนวัตกรรมคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่นเพื่อขยายพื้นที่ปฏิบัติการ</p> <p>10. ได้ผลการศึกษาเรื่องกลไกลดความเสียหายจากการบริโภคที่ทำให้เสียสุขภาพเพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย</p>

ยุทธศาสตร์	เครือข่าย	กลวิธีสำคัญ	ดัชนีชี้วัด
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 3 ผลักดันนโยบาย สาธารณะโดยการ สื่อสารสังคม</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. คณะทำงานคุ้มครองผู้บริโภค สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ 2. ฝ่ายนิติบัญญัติ (รัฐสภา : กรมการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้แทนฯ, วุฒิสภา) 3. สำนักงานคณะกรรมการ สุขภาพแห่งชาติ 4. สหพันธ์องค์กรผู้บริโภค 5. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค 6. เครือข่ายเด็กไทยไม่กินหวาน 7. มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว 8. อื่นๆ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนการรณรงค์ให้เกิด นโยบายและการดำเนินงาน คุ้มครองผู้บริโภค 2. สนับสนุนการนำเสนอปัญหา ผู้บริโภคสู่สาธารณะเพื่อการ แก้ปัญหาการนำเสนอนโยบาย และบทบาทขององค์กรภาครัฐ เพื่อพัฒนางานคุ้มครอง ผู้บริโภคผ่านสื่อต่างๆ 3. สนับสนุนการสื่อสารสังคม ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค สร้างเวทีแลกเปลี่ยน กระบวนการคุ้มครอง ผู้บริโภค ให้มีการประชุม ประจำปีเครือข่ายองค์กร ผู้บริโภคเพื่อนำเสนอผลงาน จัดทำรายงานประจำปีด้าน การคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นให้สังคมเกิดความ เข้าใจและมีส่วนร่วม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลักดันให้ พ.ร.บ.องค์การอิสระผู้บริโภค ได้รับการพิจารณาในรัฐสภา 2. ผลักดันให้ประกาศควบคุมโฆษณา ขนมเด็กได้รับการยอมรับและควบคุม กำกับโดย อนุกรรมการของ กทพ. 3. มีการนำเสนอร่างกฎหมายที่ร่าง โดยภาคประชาชนเข้าสู่การพิจารณา ของรัฐสภา 4. มีกลไกสนับสนุนการใช้กฎหมาย พ.ร.บ. ความรับผิดชอบการสูญหาย ที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย, พ.ร.บ. วิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคที่มี ประสิทธิภาพ ได้แก่ มีหน่วยงานเผยแพร่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย, มีหน่วยงานสนับสนุนการใช้กฎหมายอย่าง ถูกต้องและมีหน่วยรับเรื่องปัญหาของ ผู้บริโภคในระดับจังหวัดและอำเภอ ในพื้นที่ปฏิบัติการของเครือข่าย