

## สถานการณ์และการดำเนินงานที่พ่วงมา

การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบการคุ้มครองผู้บริโภคประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และกฎหมาย ซึ่งล้วนมีผลต่อสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคทั้งในมุมของโอกาสและภัยคุกคาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวประกอบด้วย

### 1. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี

- 1 การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ข้อตกลงระหว่างประเทศเรื่องการค้าเสรีทำให้เกิดการ Harmonization มีการปรับกฎหมายและระเบียบของแต่ละประเทศให้สอดคล้องกัน ส่งผลให้มีการกระจายผลิตภัณฑ์สุขภาพไปสู่ผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้อำนาจในการควบคุมของภาคราชการในบางผลิตภัณฑ์ลดน้อยลง
- 2 การเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ถูกนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยยังไม่มีกรรายงานปัญหา เช่น สเต็มเซลล์ นาโนเทคโนโลยี
- 3 การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่ไม่เหมาะสม ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการบริโภคโดยไม่จำเป็นและเกินจำเป็น และมีแนวโน้มการบริโภคสูงขึ้น โดยไม่คำนึงถึงปัญหาสุขภาพที่อาจจะเกิดขึ้น



## 2. พัฒนาการของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

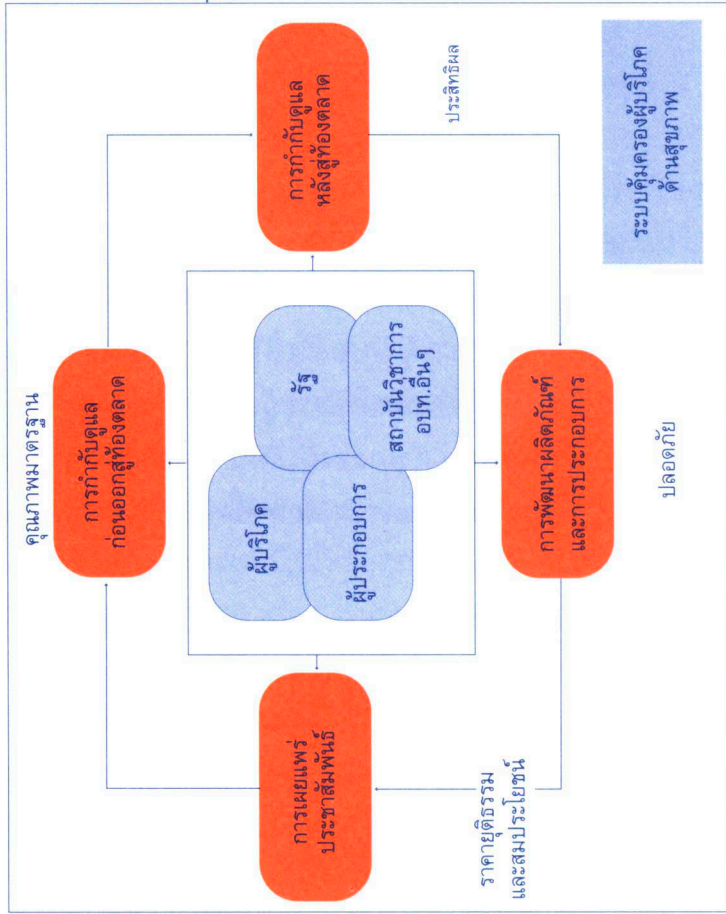
ในช่วงที่ผ่านมา มีพัฒนาการของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่หลายฉบับ ได้แก่

- 1) พ.ร.บ. ความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551
- 2) พ.ร.บ. วิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551
- 3) พ.ร.บ. สุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550
- 4) ธรรมนูญว่าด้วยระบบสุขภาพแห่งชาติ (ฉบับที่ 1) พ.ศ. 2552  
หมวด 8 การคุ้มครองผู้บริโภค
- 5) ร่าง พ.ร.บ. องค์การอิสระผู้บริโภค พ.ศ....
- 6) ร่าง พ.ร.บ. คุ้มครองผู้เสียหายจากบริการสาธารณสุข พ.ศ....  
(กองทุนชดเชยความเสียหายจากการรับบริการสาธารณสุข)

กรอบการวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับระบบคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อการจัดทำข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1 ซึ่งภาคส่วนต่างๆ ทั้งผู้บริโภค รัฐ ผู้ประกอบการ สถาบันวิชาการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ล้วนมีบทบาทในการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ

สภาพแวดล้อม (โอกาส/คุกคาม)  
 - เศรษฐกิจ  
 - สังคม  
 - วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
 - กฎหมาย

ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์  
 พ.ศ. 2552-2555



ลดความเสี่ยงของ  
ผู้บริโภคที่ทำให้เสียสุขภาพ  
และเสียเงิน  
Health & Economic Risk

เป้าหมาย / อนาคตที่  
พึงประสงค์:  
ลดปัจจัยเสี่ยง  
เพิ่มปัจจัยเสริม

ภาพที่ 1 กรอบการวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับระบบคุ้มครองผู้บริโภค

จากการประชุมภาคีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำงานร่วมกับ คคส. ในเรื่องการดำเนินการเครือข่าย และทิศทางแผนงาน ประจำปี 2552-2555 ได้มีการประมวลสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันในด้านต่างๆ ดังนี้

## 1. สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคและการคุ้มครองผู้บริโภค

- 1) ผู้บริโภคมีความเสี่ยงในการบริโภคเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี
- 2) ผู้บริโภคขาดความเข้มแข็ง และยังขาดโอกาสในการพัฒนาศักยภาพทางด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- 3) ภาครัฐการยังดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคไม่เต็มที่ มีความเกรงใจในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค หากส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ และมีการอุปถัมภ์เป็นข้อขัดข้องในการดำเนินการ
- 4) สถานประกอบการยังกระทำผิดกฎหมาย เช่น ผลิตสินค้าปลอม ใ้สารต้องห้าม
- 5) ภาคการเมืองให้ความสำคัญน้อยกับการคุ้มครองผู้บริโภค

## 2. สถานการณ์ความรู้และวิชาการในการคุ้มครองผู้บริโภค

- 1) ข้อมูลวิชาการในการคุ้มครองผู้บริโภคมีความสำคัญ ต้องการการจัดการความรู้และเผยแพร่อย่างเป็นระบบ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- 2) ฐานข้อมูลวิชาการในการคุ้มครองผู้บริโภค มีความจำเป็นต้องใช้ศาสตร์หลายสาขา เช่น วิทยาศาสตร์ ระบาดวิทยา การแพทย์ เภสัชศาสตร์ และสาธารณสุข
- 3) แหล่งข้อมูลวิชาการในสถาบันการศึกษามีความเป็นอิสระและคล่องตัวสูงในการเป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการ แต่ข้อมูลจากการวิจัยที่เป็นประโยชน์ที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจไม่ถูกนำมาเปิดเผย
- 4) ภาครัฐซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบงานคุ้มครองผู้บริโภคขาดความคล่องตัว และเจ้าหน้าที่ขาดความเข้าใจในสาระและหลักคุ้มครองผู้บริโภค

- 5) การให้ข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐไม่ควรส่งต่อกัน เนื่องจากความเข้าใจผิดเกรงว่า จะเป็นการเปิดเผยข้อมูลโดยไม่มีอำนาจหน้าที่
- 6) ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องและบิดเบือนถูกเผยแพร่อย่างแพร่หลายในหลายช่องทางการสื่อสาร เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ
- 7) มีการนำข้อมูลวิชาการและการจัดการความรู้มาประยุกต์ใช้ในชุมชน เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และสถานการณ์ของพื้นที่ เช่น จัดการความรู้ในการทำงานในพื้นที่ การพัฒนาชุมชนต้นแบบและเฝ้าระวังปัญหาในพื้นที่

### 3. การมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค

การทำงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่ต้องมีการประสานความร่วมมือระหว่างเครือข่ายต่างๆ ในทุกระดับ ทั้งระดับมหภาคและจุลภาค ระดับนโยบายและพื้นที่ ทุกภาคส่วนต้องเข้ามามีบทบาท และต้องได้รับการสนับสนุน เช่น เจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ ผู้ประกอบวิชาชีพ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรผู้บริโภค อาสาสมัครสาธารณสุข ผู้ประกอบธุรกิจ ฯลฯ

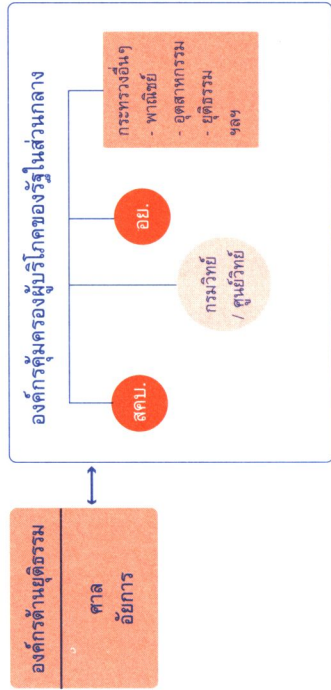
ภาวะแวดล้อมเชิงระบบที่มีความเปลี่ยนแปลง สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ สร้างความท้าทายการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค และเรียกร้ององค์กรหรือสถาบันวิชาการในการเชื่อมโยงและเข้าร่วมกับภาคส่วนต่างๆ ขับเคลื่อนสังคมอย่างต่อเนื่องในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีบทบาทในการจัดการกับปัญหาของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายครอบคลุมทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจและสังคม มีบทบาทในการทำงานกับองค์กรที่แตกต่างทั้งพันธกิจผลประโยชน์ และวัฒนธรรมขององค์กร มีบทบาทในการร่วมจัดการกับสาเหตุของปัญหาที่มีความซับซ้อนทั้งทางพฤติกรรมภาวะแวดล้อม ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และระบาดวิทยา และมีบทบาทในการประสานภาครัฐ เอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้บริโภค ที่มีความแตกต่างกัน คคส. ในฐานะองค์กรวิชาการควรมีบทบาทในการตอบสนองความท้าทายดังกล่าว

ในปัจจุบันงานคุ้มครองผู้บริโภคได้พัฒนาขึ้นมาก ทั้งจากการพัฒนา  
 ฐานคิดด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของสังคม โดยพิจารณาจากการตอบสนอง  
 ของสื่อสารมวลชนในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค การพัฒนากฎหมายและ  
 มาตรการ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีเพิ่มมากขึ้นและอย่างต่อเนื่อง โดยการขับ  
 เคลื่อนทั้งจากภาครัฐ องค์กรอิสระ และภาคประชาสังคม

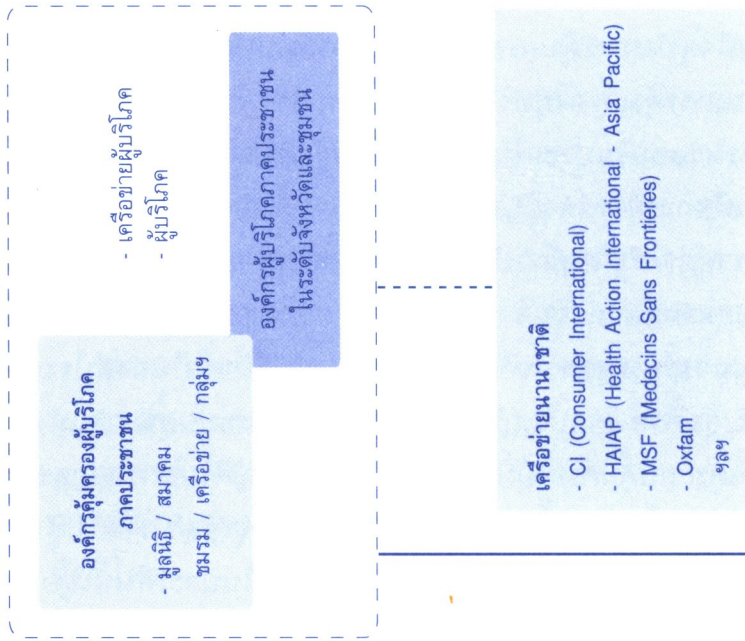
นอกจากนี้ภาคส่วนด้านสุขภาพให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภค  
 ในการพัฒนาระบบสุขภาพที่มีการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่  
 เชื่อมโยงกับสุขภาพ โดยบัญญัติในธรรมนูญว่าด้วยระบบสุขภาพแห่งชาติ จากที่  
 มีการกำหนดระบบคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้บทบัญญัติในธรรมนูญสุขภาพ คคส.  
 ควรเป็นกลไกหนึ่งที่จะร่วมนำข้อบัญญัติในธรรมนูญสุขภาพไปสู่การปฏิบัติ  
 มีบทบาทสนับสนุนภาคีต่างๆต่อกลุ่มเป้าหมายในประเด็นนโยบาย องค์กร  
 กฎหมาย การสื่อสาร เทคโนโลยี มาตรการ และวิธีการจัดการ ที่จะนำไปสู่การ  
 บรรลุเป้าหมายตามที่บัญญัติไว้ในธรรมนูญสุขภาพด้านการคุ้มครองผู้บริโภค  
 ทั้งนี้ คคส. ควรทำหน้าที่เสริมบทบาทและศักยภาพของเครือข่ายประชาสังคม  
 ในการคุ้มครองผู้บริโภค สร้างฐานความรู้สนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภค การพัฒนา  
 นโยบายสาธารณะ โครงสร้าง และกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค  
 โดยมีการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้าง  
 เสริมสุขภาพ (สสส.) พ.ศ.2549 - 2552 โดยได้ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ การ  
 เสริมประชาสังคม การสร้างองค์ความรู้ และการมุ่งสู่นโยบายสาธารณะ มีการ  
 พัฒนาองค์กรจัดการประสานพลังปัญญา พลังสังคมและพลังนโยบายเพื่อบรรลุ  
 วิสัยทัศน์ที่ระบุว่าผู้บริโภคต้องได้รับการคุ้มครองสิทธิตามรัฐธรรมนูญภายใต้  
 ระบบคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ และตามพันธกิจในการพัฒนาระบบ  
 คุ้มครองผู้บริโภค โดยมีขอบเขตการดำเนินงานของ คคส. ร่วมกับองค์กรที่  
 เกี่ยวข้อง ดังแผนภาพที่ 2

**ระบบคุ้มครองผู้บริโภคภาครัฐ  
(Regulatory-based consumer protect)**



**ระบบคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน  
(Civic-based consumer protect)**



**ภาพที่ 2** ขอบเขตการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องในเชิงองค์กร

ทั้งนี้ มีผลการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

1. การเสริมประสิทธิภาพกลไกการพัฒนานโยบายสาธารณะด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คคส. ได้ทำงานร่วมกับ *กลไกองค์การอิสระ* ได้แก่ สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กลไกด้านนิติบัญญัติ ได้แก่ วุฒิสภา สภานิติบัญญัติแห่งชาติ กลไกบริหารของรัฐ ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และ *กลไกนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพ* คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ และสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ตลอดจน *กลไกองค์กรสมาชิก* ได้แก่ สภาเภสัชกรรม ทันตแพทยสภา ในการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ ผลงานเชิงประจักษ์ประกอบด้วย

- *องค์การอิสระผู้บริโภค* มีบทบาทนำเสนอสาระในรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2550 เรื่ององค์การอิสระผู้บริโภค และผลักดัน ร่าง พ.ร.บ. องค์การอิสระผู้บริโภค พ.ศ.... ที่คาดหวังจะให้มีความหมายในหนึ่งปี หลังจากที่นายกรัฐมนตรีแถลงนโยบายต่อรัฐสภา
- พ.ร.บ. ความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ.2551 การร่วมขับเคลื่อนให้เกิดพระราชบัญญัติ ตลอดจน การสื่อสารสังคมให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในสาระบัญญัติของกฎหมาย
- *สารตะกั่วปนเปื้อนในเครื่องทำน้ำเย็น* เสนอปัญหาและแนวทางแก้ไขต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งนำไปสู่การมีคำสั่งห้ามขายเครื่องทำน้ำเย็นที่ใช้ตะกั่วประสานรอยเชื่อม และกำหนดค่าเตือนห้ามบัดกรีเครื่องทำน้ำเย็นด้วยตะกั่ว
- *การควบคุมโฆษณาที่มีผลกระทบต่อเด็ก* นำเสนอข้อมูลวิชาการ และขับเคลื่อนสังคมในการผลักดันการออกประกาศเรื่อง หลักเกณฑ์และระยะเวลาสำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจทางวิทยุโทรทัศน์ ที่มีผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน

- ธรรมนูญว่าด้วยระบบสุขภาพแห่งชาติ หมวด 8 การคุ้มครองผู้บริโภค ส่งเคราะห์ข้อมูลทางวิชาการด้านคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเป็นข้อมูลในการร่างธรรมนูญฯ และร่วมร่างธรรมนูญฯ หมวด 8 การคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งผ่านการรับรองของสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 1 เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ และคณะรัฐมนตรีเพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนดใน พ.ร.บ.สุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 ต่อไป
- นโยบายเพื่อการเข้าถึงยา ร่วมส่งเคราะห์ข้อมูลทางวิชาการและเสนอข้อหมตินโยบายและยุทธศาสตร์การเข้าถึงยาถ้วนหน้าของประชากรไทย ซึ่งผ่านการรับรองของสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 1 และคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติมีมติให้นำเสนอเพื่อขอความเห็นชอบต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อใช้เป็นกรอบนโยบายในการดำเนินงานของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

2. การสนับสนุนการวิจัยคุ้มครองผู้บริโภคเชิงระบบและเชิงประเด็นที่มีความสำคัญ คคส. ทำงานวิจัยร่วมกับกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคภาครัฐและสถาบันวิชาการที่สำคัญ

- รูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคระดับจังหวัด จากความร่วมมือกับ สคบ. ในการพัฒนาโครงการนำร่อง 7 จังหวัด ได้นำมาสู่การสนับสนุนให้สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงนโยบาย
- โครงการความร่วมมือวิจัย กับ อย. ในการศึกษาวิจัย 7 โครงการ และการให้ทุนเพื่อพัฒนานักวิชาการ อย. ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาโครงการ อย.น้อย
- การจัดการความรู้อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) กับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับศูนย์ฝึกรอบรมและพัฒนาสุขภาพภาคประชาชน (ศช.) กระทรวงสาธารณสุข





- **วิทยาศาสตร์การแพทย์สู่ชุมชน** โดยเครือข่ายศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ทั่วประเทศ เกิดผลงานที่สำคัญ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพัฒนาแหล่งน้ำบริโภคในชุมชน ปลาสัมปลอดสารไนเตรท-ไนไตรท์ น้ำดื่มปนเปื้อนสารตะกั่ว น้ำมันทอดซ้ำเสื่อมสภาพ เป็นต้น

**3. การเสริมศักยภาพองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคควบคู่กลไกการประเมินผล** ถือเป็นบทบาทหลักที่สำคัญของ คคส. เพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนางานอย่างมีประสิทธิภาพตามยุทธศาสตร์ มีการกำหนดกลไกประเมินผลตามตัวชี้วัดผลลัพธ์และกำกับหลักประกันการใช้งบประมาณ โดยหน่วยประเมินผลภายในของ คคส. การสนับสนุนภาคีเครือข่าย ครอบคลุมทั้งภาครัฐและเอกชน มีทั้งมิติด้านการพัฒนานโยบาย การพัฒนาเครือข่าย การสื่อสารสังคม การจัดการความรู้ โครงการที่ได้รับการสนับสนุนที่สำคัญ เช่น การจัดงานประจำปีวันคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และวารสารฉลาดซื้อของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค การจัดการความรู้เรื่องน้ำดื่มในโรงเรียนของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ และการพัฒนานักวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคภาคต่างๆ

**4. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของหน่วยจัดการความรู้เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค** เพื่อเป็นฐานความรู้ทางวิชาการในการทำงานร่วมกับภาคีและขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

- **การตลาดอาหารเด็กที่มีผลต่อสุขภาพ** โดยการศึกษามาตรการและนำเสนอนโยบาย ตลอดจนเป็นแหล่งอ้างอิงในระดับชาติและสากล
- **การป้องกันสารพิษจากน้ำมันทอดซ้ำเสื่อมสภาพ** โดยการนำนวัตกรรมชุดทดสอบสารโพลาร์มาขยายผลเชิงป้องกันและบูรณาการ

สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ  
ห้องสมุดงานวิจัย  
วันที่..... 7 S.A. 2555.....  
เลขทะเบียน..... 190965.....  
เลขเรียกหนังสือ.....

- กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ร่าง พ.ร.บ.องค์การอิสระผู้บริโภค กฎหมายวิธีสบัญญัติ เช่น พ.ร.บ.วิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค กฎหมายสารบัญญัติ เช่น พ.ร.บ.ความรับผิดชอบเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย กฎหมายยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ร่าง พ.ร.บ.ยา ร่าง พ.ร.บ.สิทธิบัตร ร่าง พ.ร.บ.เพื่อการเข้าถึงยา พ.ร.บ. อาหาร พ.ร.บ.เครื่องมือแพทย์ พ.ร.บ. เครื่องสำอาง

ทั้งนี้ได้มีการนำองค์ความรู้ไปเผยแพร่ในเวทีวิชาการและหนังสือวิชาการเป็นจำนวนมาก

#### 5. การสร้างความร่วมมือกับองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสากล

ความสำเร็จของงานคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากองค์ความรู้ที่ได้ถูกนำไปใช้แก้ปัญหา หรืออ้างอิงในการทำงานของภาคีในระดับต่างๆ แล้วควรนำองค์ความรู้ไปแลกเปลี่ยน เพื่อใช้พัฒนานโยบายในระดับชาติและสากล ทำให้เกิดมุมมองที่กว้างขวางขึ้น คคส. จึงได้มีการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคโดยการสร้างความร่วมมือกับองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสากล

- ร่วมกับเครือข่ายเพื่อการเข้าถึงยาและการใช้ซีแอลจัดการประชุมนานาชาติ International Conference on Compulsory Licensing: Innovation and Access for All และประกาศ Bangkok Declaration
- ร่วมกับองค์กรต่างๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ ในการจัดประชุมนานาชาติ ASEAN Conference on Marketing of Food to Children และประกาศ The Bangkok Call to Action
- ร่วมกับ Health Action International Asia - Pacific (HAI-AP) หน่วยปฏิบัติการวิจัยเภสัชศาสตร์สังคม (วจภส.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กลุ่มศึกษาปัญหาหายา (กศย.) และมูลนิธิสาธารณสุขกับการพัฒนา (มสพ.) จัดงานประชุมนานาชาติ Asia Pacific Consultation on FTAs and their Impact on Access to Medicinal

Drugs





การได้รับการสนับสนุนจากองค์กรอื่นๆ คคส. และเครือข่าย  
ที่รับทุนได้รับการยอมรับและมีการสนับสนุนงบประมาณจากองค์กร  
อื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อมาทำกิจกรรมของแผนงานฯ หรือเครือข่าย

จากการประเมินผลสำเร็จของแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพที่  
ผ่านไปตามยุทธศาสตร์ ในระยะเวลา 3 ปี (พ.ศ. 2549-2552) โดยโครงการ  
ติดตามและประเมินภายในมีข้อเสนอแนะดังนี้

### 1. ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมภาคีเครือข่าย ขยายประชาสังคมคุ้มครอง ผู้บริโภค

แผนงานฯ สามารถประสานงานและทำให้เกิดเครือข่ายผู้บริโภคทุก  
ระดับเพิ่มขึ้นจำนวนมากในระยะ 3 ปี ในระยะต่อไปสิ่งสำคัญที่ควรเน้น คือ การ  
สนับสนุน การให้ดำรงอยู่ และการเพิ่มศักยภาพของเครือข่ายเหล่านี้ให้สามารถ  
ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนสามารถดำเนินการ  
ด้วยตนเองอย่างเข้มแข็งต่อไป นอกเหนือจากการสนับสนุนเพื่อสร้างเครือข่าย  
ใหม่ๆ

### 2. ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างองค์ความรู้ ขนานคู่เครือข่ายวิชาการ

จากการที่องค์ความรู้ต่างๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย  
ยังมีค่อนข้างน้อย ในระยะ 3 ปีแรกของแผนงานฯ จึงได้มีการผลิตความรู้ต่างๆ  
เหล่านี้มาใช้เป็นฐานสำคัญในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ อย่างไรก็ตาม  
องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคยังไม่เพียงพอจึงมีความจำเป็นที่จะต้อง  
สร้างองค์ความรู้เพิ่มเติมขึ้น เพื่อให้งานคุ้มครองผู้บริโภคตั้งอยู่บนฐานวิชาการที่  
เข้มแข็ง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงานต่อไป

### 3. ยุทธศาสตร์ที่ 3 สื่อสารสังคมเพื่อนโยบายสาธารณะ

การสื่อสารและการรณรงค์ให้สังคมได้เข้าใจและตระหนักถึงการ  
คุ้มครองผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญมากในงานคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้เกิดการ  
ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความเท่าทัน จนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายทั้ง  
ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับประเทศ ซึ่งแผนงานฯ สามารถทำได้ดีในระยะ 3 ปี ใน  
ระยะต่อไปจึงควรที่จะต้องดำเนินการต่ออย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประเด็น  
ต่างๆ ที่ดำเนินการประสบความสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์

#### 4. ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการจัดการเชื่อมประสานสามพลัง (พลังปัญญา พลังนโยบาย พลังสังคม)

กำลังคนและศักยภาพของเจ้าหน้าที่แผนงานฯ และเครือข่ายเป็นเรื่องที่สำคัญมากที่จะทำให้การดำเนินงานของแผนงานฯ มีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จตามยุทธศาสตร์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ จึงควรเน้นในการวางแผนกำลังคนให้เหมาะสมและสร้างระบบการพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่แผนงานฯ และเครือข่าย ทั้งในส่วนของ การเสริมศักยภาพในระหว่างการทำงานโดยระบบพี่เลี้ยง และการจัดการอบรมอย่างเป็นระบบทั้งที่จัดเองโดยแผนงานฯ และการส่งไปอบรมตามหน่วยงานต่างๆ อย่างเหมาะสม และตรงกับภาระความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่

นอกจากนี้แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้านของแผนงานฯ โดยใช้ SWOT Analysis ผลปรากฏดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis ตามยุทธศาสตร์ กคส. (พ.ศ. 2549-2552)**

ยุทธศาสตร์ (พ.ศ. 2549-2552)	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	ภาวะคุกคาม หรือข้อจำกัด (Threat)
ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมภาคี เครือข่ายขยาย ประชาสังคม คุ้มครองผู้บริโภค	1. เครือข่าย หลากหลาย และมีความ เข้มแข็ง 2. เครือข่าย จำนวนหนึ่ง มีความ สามารถสูง 3. ศักยภาพใน การขยาย ความร่วมมือ กับเครือข่ายฯ	1. เครือข่าย ส่วนใหญ่ ต้องการพัฒนา ศักยภาพ เพิ่มขึ้น 2. ความครอบคลุม ตาม ภูมิภาค ยังไม่ทั่วถึง	1. รัฐธรรมนูญ ระบุให้พ.ร.บ. องค์การอิสระ คุ้มครอง ผู้บริโภค มีกองทุน สนับสนุนงาน คุ้มครอง ผู้บริโภคภาค ประชาชน	1. ความต่อเนื่อง และผูกพัน ต้องานของ องค์กรในพื้นที่ 2. เครือข่ายฯ มีภารกิจ หลายด้าน

ยุทธศาสตร์ (พ.ศ. 2549- 2552)	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	ภาวะคุกคาม หรือข้อจำกัด (Threat)
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2</b> สร้างองค์ความรู้ ขนานคู่เครือข่าย วิชาการ	1. มีสถาบันวิชาการรองรับ 2. มีองค์กรภาคีรัฐที่พร้อมจะทำงานทางวิชาการร่วมกัน 3. มีความพร้อมทางวิชาการที่จะรองรับงานหลายด้าน	1. นักวิชาการที่จะทำงานลงลึกและต่อเนื่องยังมีจำกัดในการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย 2. ความสมดุลของขอบเขตการตอบสนองของปัญหาและกำลังคนขององค์กร	1. มีเวทีวิชาการที่สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระดับสากลประเทศและท้องถิ่น	1. ปัญหาความเสี่ยงจากสินค้าและบริการใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2. ความยากลำบากในการเชื่อมโยงปัญหาและสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาสุขภาพจากสินค้าและบริการ
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3</b> สื่อสารสังคม เพื่อนโยบาย สาธารณะ	1. มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานด้านนโยบายและกฎหมาย 2. มีศักยภาพในการสื่อสารสังคม	1. การติดตามผลจากข้อเสนอเชิงนโยบายในทางปฏิบัติและกฎหมาย	1. มีเวทีนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพและเวทีสมัชชาสุขภาพระดับชาติ	1. ความไม่แน่นอนทางการเมืองที่จะทำให้เกิดกฎหมาย 2. แรงต้านจากกลุ่มผลประโยชน์ที่ขัดแย้ง
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4</b> พัฒนาองค์กร จัดการเชื่อม ประสานสามพลัง	1. มีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญและการทำงานอย่างต่อเนื่อง 2. มีระบบประกันคุณภาพที่ดี 3. มีคณะกรรมการกำกับทิศที่ให้ความสำคัญกับแผนงาน	1. การพัฒนาคุณภาพกำลังคนให้เท่าทันกับงาน	1. ได้รับการสนับสนุนในทุกด้านจากคณะเภสัชศาสตร์และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2. มีแหล่งทุนสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เพิ่มมากขึ้น	1. ความต่อเนื่องของบุคลากรในการทำงานในระยะยาว