



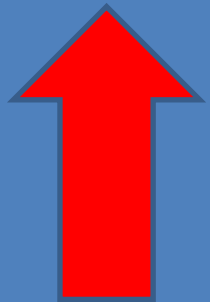
การพัฒนาความร่วมมือเพื่อจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่
ผิดกฎหมาย จังหวัดขอนแก่น

Action Research Approach for Developing Models to Resolve
the Issue of Illegal Radio Broadcast Advertising of Health Products in
Khon Kaen Province

ชัยยุทธ นกศักดิ์
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
ขอนแก่น

ที่มาและความสำคัญ

สถานการณ์ปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพผิดกฎหมาย
ทางสื่อวิทยุ จังหวัดขอนแก่น



เรื่องร้องเรียน 2557-2559

141 spot



รายงาน APR : ผู้ป่วยติดเชื้อ ไตวายจากการ
บริโภคอาหารเสริมผสมสารสเตียรอยด์

2 ราย



ผลการเฝ้าระวังโฆษณา
สถานีวิทยุโฆษณาผิดกฎหมาย

ร้อยละ 40



ที่มาและความสำคัญ (ต่อ)



มาตรการการจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายของภาครัฐ



การบังคับใช้กฎหมาย

ปี 2558 สั่งระงับการโฆษณา 6 แห่ง
ปี 2559 เปรียบเทียบปรับ 22 แห่ง



การใช้มาตรการทางสังคม

บันทึกข้อตกลง (MOU)
แต่งตั้งคณะกรรมการระดับจังหวัด/เขต/ภาค



เกิดแรงต้านและ
พบการกระทำความผิดต่อเนื่อง



สร้างเครือข่ายการทำงานระหว่าง
ภาครัฐ ประชาชน เอกชน



วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน

- เพื่อพัฒนารูปแบบความร่วมมือในการจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย จังหวัดขอนแก่นที่มีประสิทธิภาพ



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- เกิดการจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในรูปแบบความร่วมมือในการแก้ไขปัญหามีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเกิดความยั่งยืน



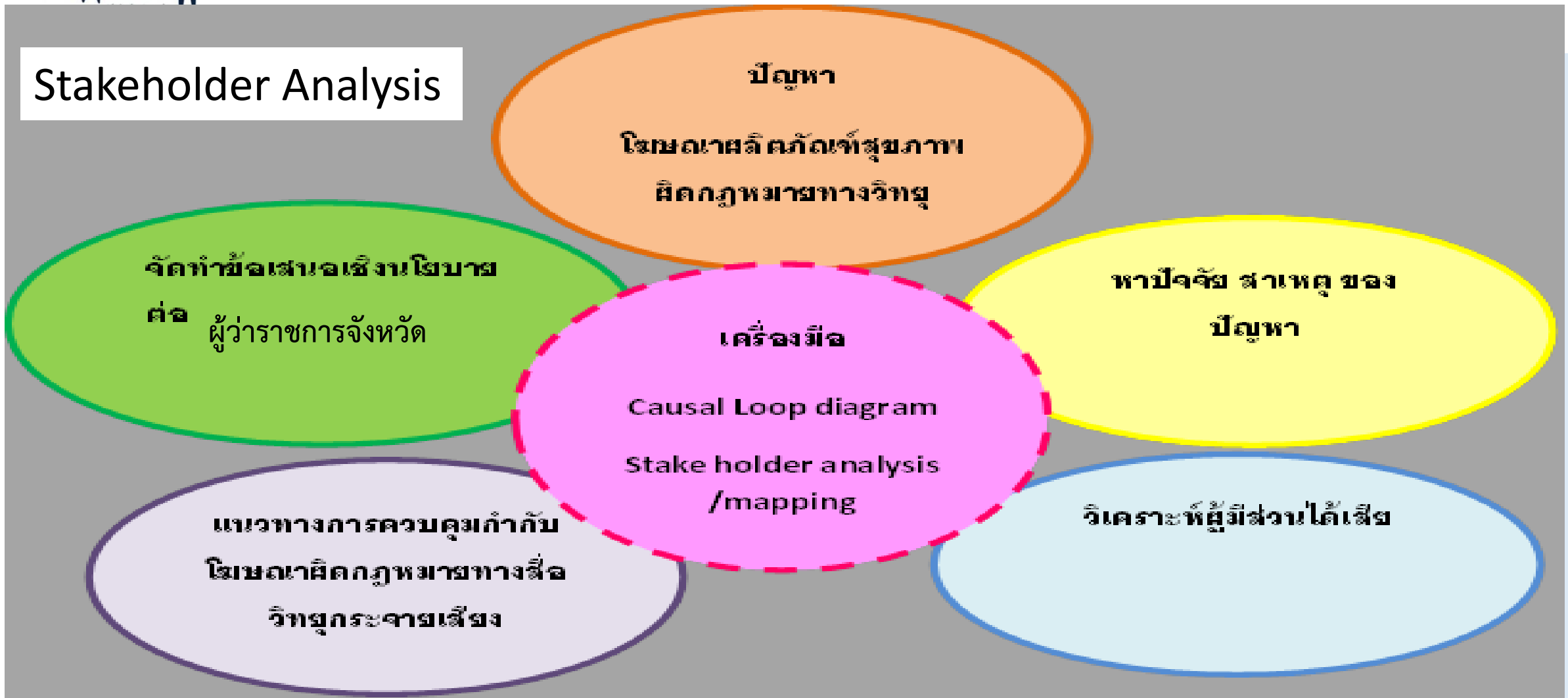
รูปแบบการดำเนินการ

- การวิเคราะห์บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง Stakeholder Analysis
- การทำงานร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องเพื่อสร้างผลลัพธ์ร่วม Collective Impact



กรอบแนวคิดการจัดการปัญหาโดยความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วน

Stakeholder Analysis





Collective Impact : CI – การทำงานร่วมกันเพื่อสร้างผลลัพธ์



สร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน

กำหนดดัชนีชี้วัดเพื่อสร้างทิศทาง
ดำเนินไปแนวทางเดียวกัน

มีกิจกรรมต่างกันแต่กลุ่มแต่ละกลุ่มแต่เสริมพลังกัน

ประชุมและสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

มีองค์กรแกนกลาง ที่ทำหน้าที่เฉพาะ

การจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายทางสถานีวิทยุ จังหวัดขอนแก่น



นำเสนอปัญหา &
รวมกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง



แต่งตั้ง
คณะกรรมการ
จัดการปัญหา &
หรือ MOU



ขับเคลื่อนปัญหา
โฆษณาผิด
กฎหมายเป็น
นโยบายด้านการ
คุ้มครองผู้บริโภค
ระดับจังหวัด

2558



จัดทำพิธีลง
นามข้อตกลง
จังหวัด
ขอนแก่นในวัน
คุ้มครอง
ผู้บริโภค
ประเทศไทย



พัฒนาเครือข่าย
เฝ้าระวัง และ
ชุมชนต้นแบบ
จัดการปัญหา
โฆษณา

2560



การพัฒนา
มาตรการสู่การ
จัดการโฆษณา
ผิดกฎหมายของ
สถานีวิทยุ
ภาครัฐ

2560



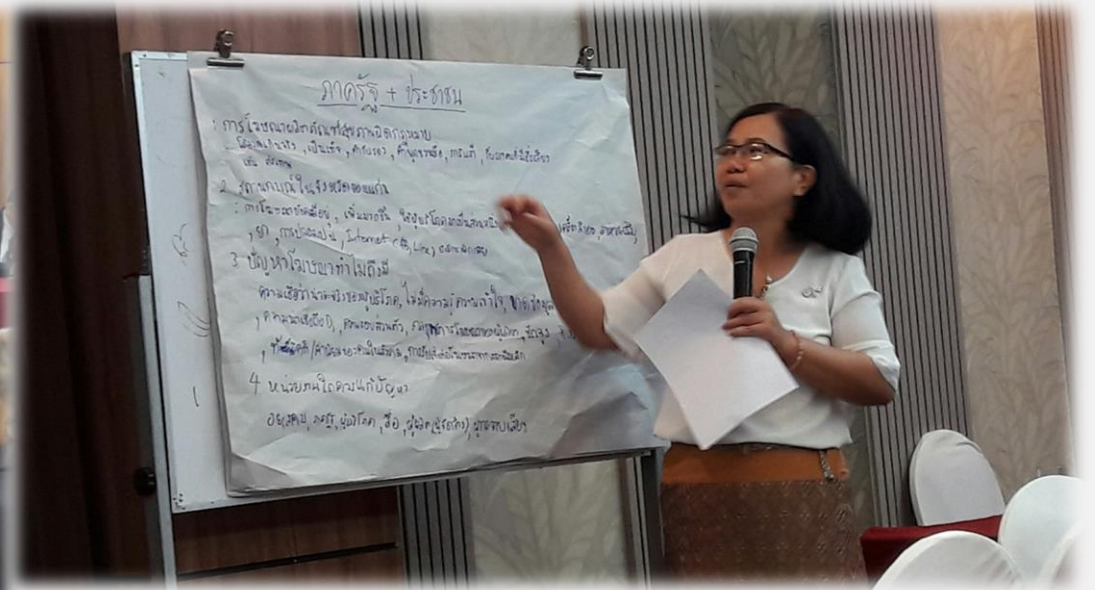
ร่วมจัดทำแผน
ยุทธศาสตร์การ
จัดการปัญหา
โฆษณาด้าน
ผลิตภัณฑ์
สุขภาพผิด
กฎหมายระดับ
จังหวัดและ

ระดับภาค
2558 - 2560

ตะวันออก เชียง
เหนือ

การร่วมกันกำหนดประเด็นการขับเคลื่อนโดยผู้มีส่วนได้เสีย...Common Agenda

“จังหวัดขอนแก่นปลอดภัยและคุณภาพชีวิตที่ดี”



- แผนที่ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Mapping)/
- ตารางการจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและพื้นที่อำนาจ (Force field stakeholder prioritization matrix)

ผลการศึกษา

วิเคราะห์ปัญหาที่ได้ และผู้มีส่วนได้เสียโดยใช้ stakeholder mapping

ผู้มีส่วนได้เสีย	บทบาท	ตำแหน่ง	อำนาจ	ความสนใจ
สำนักคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)	- การขับเคลื่อนนโยบาย - การกำหนดตัวบทกฎหมายและบังคับใช้กฎหมาย	สนับสนุน (การขออนุญาต) เป็นกลาง (หลังได้รับการอนุญาต)	สูง (จำกัด)	สาธารณะ
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)	- การขับเคลื่อนนโยบาย - การควบคุม กำกับ การเผยแพร่โฆษณาของกิจการกระจายเสียง	สนับสนุน (การขออนุญาต) เป็นกลาง (หลังได้รับการอนุญาต)	สูง (จำกัด)	สาธารณะ
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด	- การควบคุมกำกับการขออนุญาตเผยแพร่โฆษณาในเขตพื้นที่ - การดำเนินคดี - การพัฒนาศูนย์กลางข้อมูล	สนับสนุน (การขออนุญาต) เป็นกลาง (หลังได้รับการอนุญาต)	สูง (จำกัด)	สาธารณะ
สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค	คุ้มครองผู้บริโภคด้านสื่อโฆษณา	สนับสนุน/เป็นกลาง	ต่ำ	สาธารณะ
องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น	คุ้มครองผู้บริโภคด้านสื่อโฆษณาในเขตพื้นที่	สนับสนุน/เป็นกลาง	ต่ำ	สาธารณะ
ผู้ผลิต	- ควบคุมกำกับการโฆษณาให้ถูกต้องตามกฎหมาย - สัมปทานเวลาเผยแพร่สื่อวิทยุ	เป็นกลาง/ต่อต้าน	ต่ำ	ผลกำไร/ คุ้มครอง ผู้บริโภคน้อย
บริษัทผลิตสื่อโฆษณา	- ผลิตสื่อตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง และควบคุมสื่อให้ถูกต้องตามกฎหมาย - สัมปทานเวลาเผยแพร่สื่อวิทยุ	เป็นกลาง/ต่อต้าน	ต่ำ	ผลกำไร/ คุ้มครอง ผู้บริโภคน้อย
สื่อวิทยุธุรกิจ	- จัดทำข้อตกลงในการเผยแพร่สื่อ - ควบคุมกำกับการโฆษณาให้ถูกต้องตามกฎหมาย	เป็นกลาง/ต่อต้าน	สูง/กลาง	ผลกำไร/ คุ้มครอง ผู้บริโภคน้อย

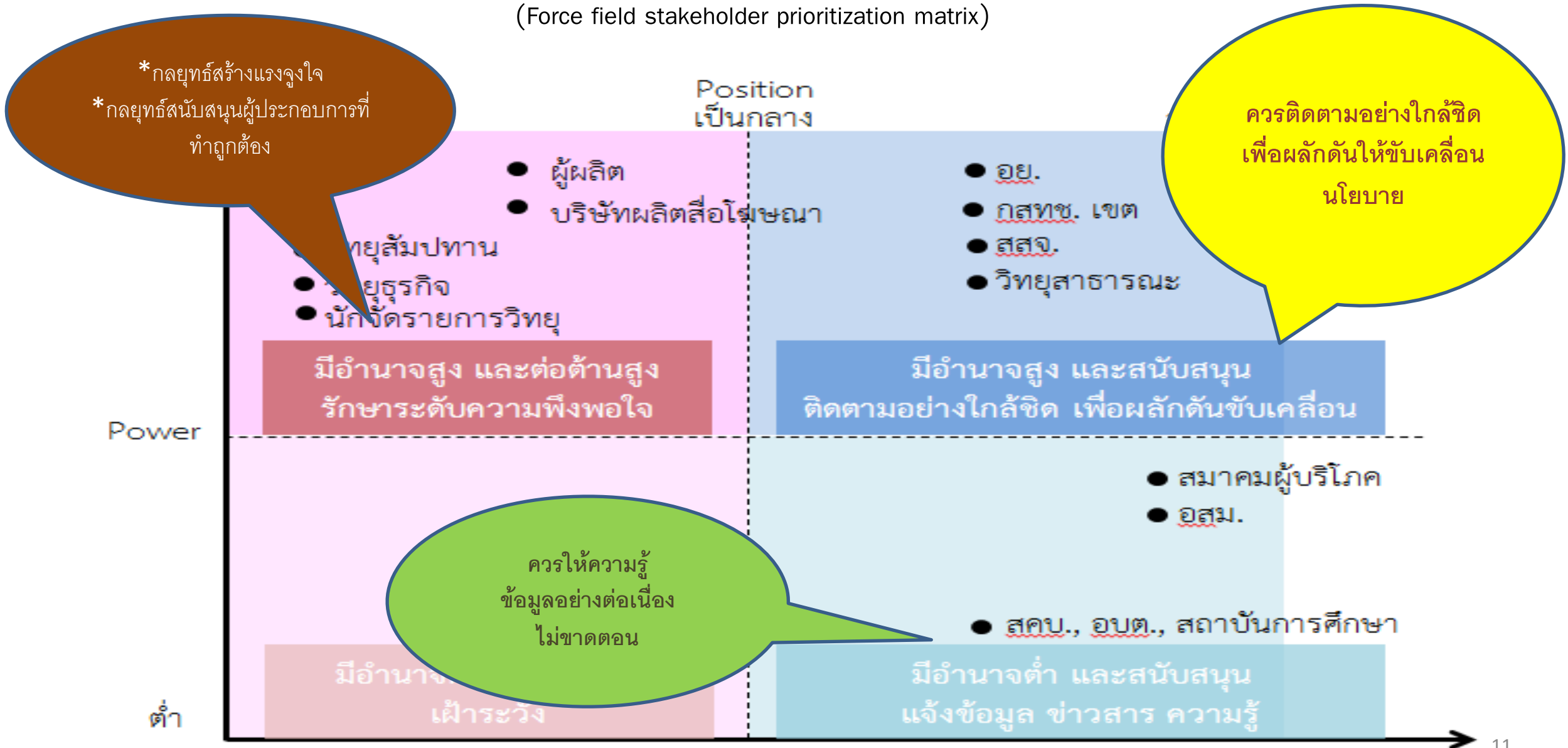
- แผนที่ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Mapping)/
- ตารางการจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและพื้นที่อำนาจ (Force field stakeholder prioritization matrix)

ผลการศึกษา

วิเคราะห์ปัญหาที่ได้ และผู้มีส่วนได้เสียโดยใช้ stakeholder mapping

ผู้มีส่วนได้เสีย	บทบาท	ตำแหน่ง	อำนาจ	ความสนใจ
สื่อวิทยุสาธารณะ	- จัดทำข้อตกลงในการเผยแพร่สื่อ - ควบคุมกำกับกับการโฆษณาให้ถูกต้องตามกฎหมาย	สนับสนุน/เป็นกลาง	สูง	สาธารณะ
สื่อวิทยุที่ได้รับการสัมปทานช่วงเวลา	- จัดทำข้อตกลงในการเผยแพร่สื่อ - ควบคุมกำกับกับการโฆษณาให้ถูกต้องตามกฎหมาย	ต่อต้าน	ต่ำ	ผลกำไร/ คุ้มครอง ผู้บริโภคน้อย
นักจัดรายการ	- เผยแพร่โฆษณาอย่างมีจริยธรรม - เผยแพร่สื่อตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง	เป็นกลาง/ต่อต้าน	สูง	ผลกำไร/ คุ้มครอง ผู้บริโภคน้อย
สมาคมผู้บริโภค	- เฝ้าระวังการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย - เป็นตัวแทนร้องเรียนแทนผู้บริโภค - นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์	สนับสนุน	ต่ำ	สาธารณะ
สถาบันการศึกษา	- ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง - ปลูกฝังค่านิยมที่ถูกต้อง	สนับสนุน	ต่ำ	สาธารณะ
อาสาสมัครคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	- การอบรมให้ความรู้ - การขยายเครือข่ายเฝ้าระวังการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย	สนับสนุน	ต่ำ	สาธารณะ

- แผนที่ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Mapping)/
ตารางการจัดลำดับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและพื้นที่อำนาจ
(Force field stakeholder prioritization matrix)



แผนยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณาผิดกฎหมายจังหวัดขอนแก่น

Common Progress Measures

ยุทธศาสตร์วางกรอบและทิศทางการทำงานจัดการโฆษณาผิดกฎหมายสู่สภาพเกินจริงระดับภูมิภาคอย่างมีส่วนร่วม จังหวัดขอนแก่น							
ยุทธศาสตร์	กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยงานรับผิดชอบ	แหล่งงบประมาณ	ระยะเวลาดำเนินการ		
					ระยะสั้น 2558-2559	ระยะกลาง 2558-2560	ระยะยาว 2558-2562
การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการจัดการปัญหาโฆษณาผิดกฎหมายสู่สภาพผิดกฎหมายจังหวัดขอนแก่น	การขับเคลื่อนนโยบายแก้ไขปัญหาการโฆษณาเกินจริง เสนอผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น - จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาจังหวัดขอนแก่น	คำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาจังหวัดขอนแก่น	สคบ. สสจ. กสทช. สมาคมผู้บริโภค อปท.วิทย์	-	✓		
	การจัดประชุมแก้ไขร่าง MOU			สมาคม	✓		
	การจัดการประชุมชี้แจง MOU และการอบรมให้ความรู้วิทยุ นักจัดรายการ		สคบ. สสจ. กสทช. สมาคมผู้บริโภค อปท.วิทย์	กสทช.	✓		
	การพิจารณาพิจารณาความร่วมมือนโยบาย MOU		สคบ. สสจ. กสทช. สมาคมผู้บริโภค อปท.วิทย์	กสทช.	✓		

เปิดใช้งาน V
ไปที่ การตั้งค่า

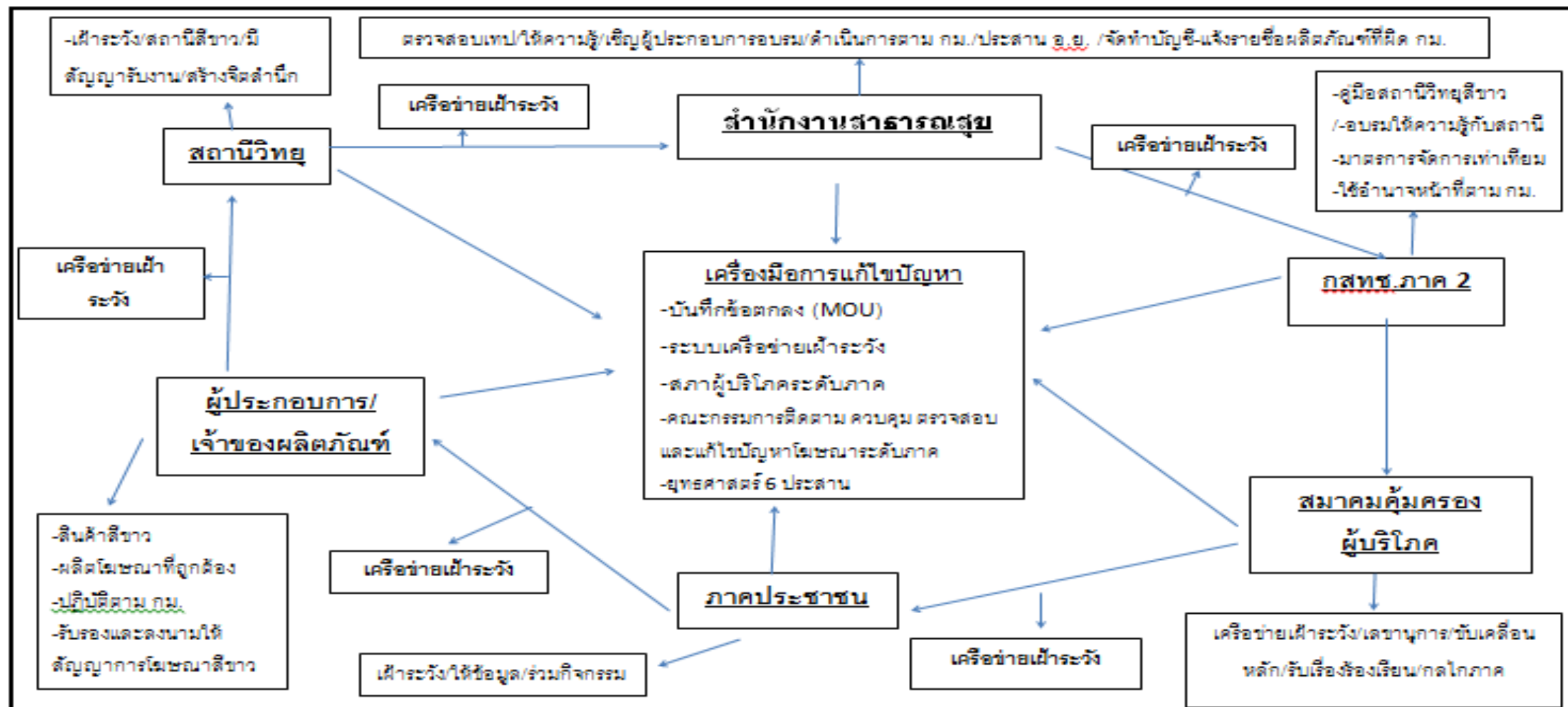
	การให้รางวัลเชิดชูเกียรติวิทยุคุณธรรม		สมาคม อปท.วิทย์	สมาคม	✓		
	การสร้างเครือข่ายต้นแบบชุมชนแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาระดับอำเภอ		อปท. อสม. อสม.น้อย สมาคมผู้บริโภค ผู้ช่วยติดเชื แรงงานนอก ระบบ คนพิการ	กองทุน หมู่บ้าน อำเภอ		✓	
	การสร้างช่องทางสื่อสารการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาระดับชุมชน การประชาสัมพันธ์		อปท. อสม. อสม.น้อย สมาคมผู้บริโภค ผู้ช่วยติดเชื แรงงานนอก ระบบ คนพิการ	กองทุน หมู่บ้าน อำเภอ		✓	
การประชาสัมพันธ์	การสร้างช่องทางสื่อสารระหว่าง เครือข่ายเฝ้าฟังสถานีวิทยุภาครัฐ เช่น กลุ่มไลน์วิทยุและเจ้าหน้าที่ NGO ในแต่ละอำเภอ (แจ้งเตือน หรือข้อกฎหมาย)	กลุ่มไลน์ทุกอำเภอ อำเภอละ 1 กลุ่ม	อปท.วิทย์ในแม่ ตะอำเภอ สมาคมผู้บริโภค ผู้ช่วยติดเชื แรงงานนอก ระบบ คนพิการ	กองทุน หมู่บ้าน อำเภอ		✓	

เปิดใช้งาน
ไปที่ การตั้งค่า



กิจกรรมของแต่ละเครือข่ายดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเดียวกัน

Mutually Reinforcing Activities



การสื่อสารกำหนดกติการ่วมกันให้สาธารณชนและผู้มีส่วนได้เสียรับรู้ร่วมกัน Communication



บันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาการโฆษณาอาหาร ยา ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค จังหวัดขอนแก่น จำนวน 104 สถานี

ผลลัพธ์หลังจากลงนามข้อตกลงแก้ไขปัญหาโฆษณา



ข้อร้องเรียนโฆษณาผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพผิดกฎหมายลดลง

- เรื่องร้องเรียนการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายลดลง ร้อยละ 61.54 ก่อนทำ MOU ปี 2557 มีจำนวน 65 รายการ และปี 2558 มีจำนวน 25 รายการ



ผลการเฝ้าฟังการโฆษณาผิดกฎหมาย ของสถานีวิทยุที่ร่วมลงนาม MOU มีการโฆษณาผิดกฎหมายลดลง

โครงการสำรวจสถานการณ์การโฆษณาผิดกฎหมายที่เข้าร่วม MOU 104 สถานี ของ สสจ.ชก. ระยะเวลาหลัง MOU พ.ค.-มิ.ย.58 พบว่าคลื่นวิทยุที่มีการโฆษณาโอ้อวดเกินจริงจำนวน 12 คลื่น (ร้อยละ 11.54) ไม่พบ 92 คลื่น (ร้อยละ 88.46)



ผลการศึกษาประเมินความรู้ ความพร้อมในการปฏิบัติตามนโยบาย ผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงหลัง MOU ความรู้ด้านกฎหมายโฆษณาเพิ่มขึ้น 80.17 % มีการรับรู้และความพร้อมปฏิบัติตาม 86.08 %

การพัฒนาตำบลต้นแบบแก้ไขปัญหาโฆษณา



“ตำบลกุดขอนแก่น อาสาพัฒนาชุมชน ไม่หลงกลโฆษณา “ ได้รับรางวัลรองชนะเลิศ กลุ่มจิตอาสาระดับประเทศ จาก อย.เป็นคณะกรรมการในระดับตำบลและเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำโมเดล แนวทางการจัดการปัญหาของชุมชน

การขับเคลื่อนกลไกการจัดการปัญหาโฆษณาผิดกฎหมาย จากจังหวัดสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



Backbone Organization : มีคณะกรรมการ
จัดการปัญหาโฆษณาระดับจังหวัดระดับ
เขต/ภาค เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อน

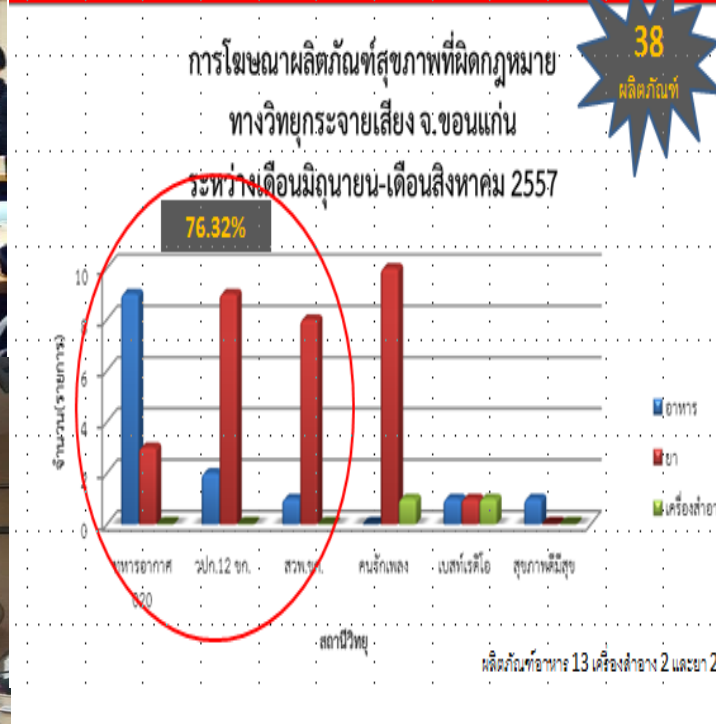
นำเสนอปัญหาในพื้นที่...ไปสู่การขับเคลื่อนนโยบาย

รูปแบบการพัฒนาความร่วมมือไปจัดการปัญหาการโฆษณาผิดกฎหมายทางสื่อวิทยุ

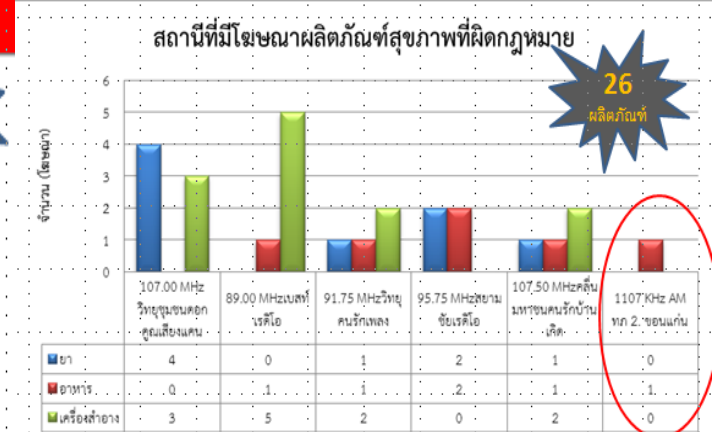
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้จัดประชุมคณะกรรมการพัฒนาความร่วมมือเพื่อจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายกับสถานีวิทยุในสังกัดกระทรวงกลาโหมและสำนักงานตำรวจแห่งชาติ



สถานการณ์โฆษณาผิดกฎหมายในจังหวัดขอนแก่น
กลุ่มสถานีภาครัฐที่มีการเผยแพร่โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย
ปี 2557



สถานการณ์โฆษณาผิดกฎหมายในจังหวัดขอนแก่น
สถานีวิทยุที่มีการเผยแพร่โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายซ้ำ ๆ หลายผลิตภัณฑ์ผิดกฎหมาย ปี 2558





รูปแบบการพัฒนาความร่วมมือไปจัดการปัญหาการโฆษณาผิดกฎหมายทางสื่อวิทยุภาครัฐ

โครงการการพัฒนาความร่วมมือเพื่อจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย
: ศึกษากรณีสถานีวิทยุในสังกัดกองทัพและสำนักงานตำรวจแห่งชาติ





การจัดการปัญหาการโฆษณาผิดกฎหมายทางสื่อวิทยุสังกัดกองทัพและ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

กระบวนการดำเนินกิจกรรมโครงการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ

1. ศึกษาสถานการณ์
2. ประชุมคณะทำงานเพื่อหารือแนวทางขับเคลื่อนนโยบายการจัดการปัญหาร่วมกับผู้บังคับบัญชาสถานีวิทยุ
3. ดำเนินการตามมติคณะทำงานฯ
 - 3.1 ร่วมจัดอบรมให้ความรู้ด้านกฎหมายให้แก่นายสถานีวิทยุ และทำการประเมินเพื่อวัดความรู้, การรับรู้ นโยบาย และความพร้อมในการจัดการปัญหาดังกล่าว
 - 3.2 สร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างเครือข่ายสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และสถานีวิทยุ





การจัดการปัญหาการโฆษณาผิดกฎหมายทางสื่อวิทยุสังกัดกองทัพและ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

กระบวนการดำเนินกิจกรรมโครงการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ (ต่อ)



4. ติดตามผลการเฝ้าฟังครั้งที่ 1 และ 2 และรายงานผลไปยังคณะทำงานฯ เพื่อจัดการปัญหาดังกล่าว และติดตามผลการพัฒนาการสร้างเครือข่าย

5. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินผลลัพธ์ของมาตรการ
สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการนำมามาตรการ
ความร่วมมือมาใช้ในการจัดการปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ





การจัดการปัญหาการโฆษณาผิดกฎหมายทางสื่อวิทยุสังกัดกองทัพและ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

กระบวนการดำเนินกิจกรรมโครงการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ (ต่อ)



4. ติดตามผลการเฝ้าฟังครั้งที่ 1 และ 2 และรายงานผลไปยังคณะทำงานฯ เพื่อจัดการปัญหาดังกล่าว และติดตามผลการพัฒนาการสร้างเครือข่าย

5. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินผลลัพธ์ของมาตรการ
สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการนำมามาตรการ
ความร่วมมือมาใช้ในการจัดการปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ



เชื่อมโยงเครือข่ายพนักงานเจ้าหน้าที่ด้านควบคุมกำกับโฆษณา/สถานีวิทยุ

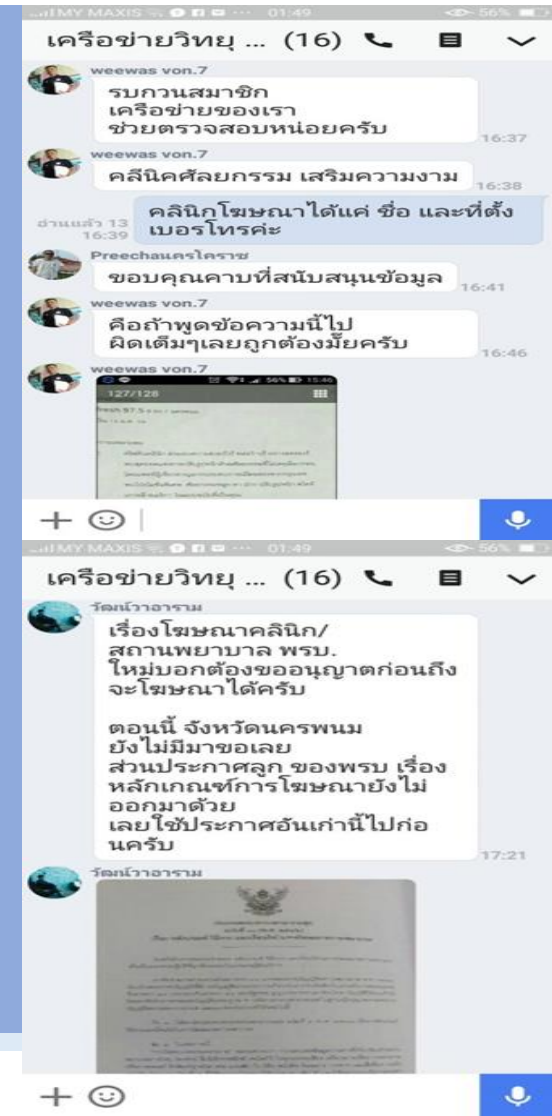
1. ช่องทางประสานงานเชื่อมโยง เครือข่ายพนักงานเจ้าหน้าที่

- พื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้
▷ ศึกษาระหว่าง จนท.อย.
จนท.สสจ. กสทช.
- สื่อสารนโยบาย แนวทาง
▷ เนิ่นงานจากส่วนกลาง
- ความรู้ข้อมูลการบังคับใช้
กฎหมาย สร้างความเชื่อมั่น
ในการปฏิบัติงาน
- แจ้งเตือนการกระจายของ
ผลิตภัณฑ์ที่มีการโฆษณาผิด
กฎหมาย ในพื้นที่ต่างๆ



2.ช่องทางประสานงานเชื่อมโยง เครือข่ายพนักงานเจ้าหน้าที่ สสจ.และ นายสถานีวิทยุในแต่ละจังหวัด

- พื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้
□ ศึกษาระหว่าง จนท.อย. นาย
สถานีวิทยุสังกัดต่างๆ
- สื่อสารนโยบาย แนวทาง
□ ดำเนินงานจากส่วนกลาง
- ความรู้ข้อมูลการบังคับใช้กฎหมาย
ตรวจสอบการโฆษณา
- แจ้งเตือนการกระจายของ
ผลิตภัณฑ์ที่มีการโฆษณาผิด
กฎหมาย ในพื้นที่ต่างๆ





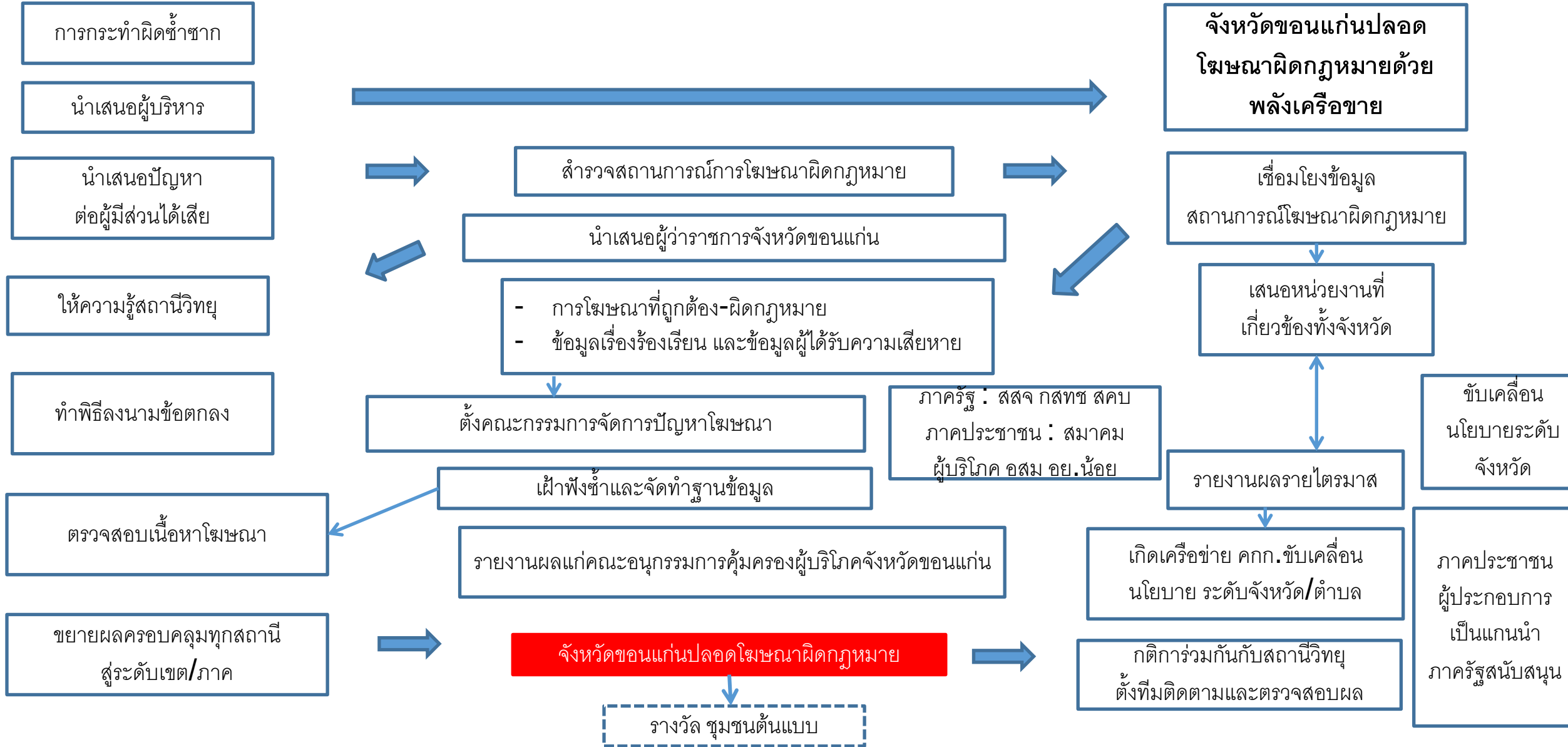
การจัดการปัญหาการโฆษณาผิดกฎหมายทางสื่อวิทยุสังกัดกองทัพและ

ผลการติดตามการเฝ้าฟังโดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด 60 จังหวัด



ผลการเฝ้าฟัง ครั้งที่1 (3-9 เม.ย. 60)	จำนวน	ร้อยละ
1.จำนวนจังหวัดที่มีสถานีวิทยุสังกัดกองทัพและสำนักงานตำรวจแห่งชาติ	60	100
-จำนวนจังหวัดที่พบการโฆษณาผิดกฎหมาย	15	25
-จำนวนสถานีวิทยุที่พบการโฆษณาผิดกฎหมาย	26	-
ผลการเฝ้าฟัง ครั้งที่2 (1-7 พ.ค. 60)	จำนวน	ร้อยละ
-จำนวนจังหวัดที่พบการโฆษณาผิดกฎหมาย	6	10
-จำนวนสถานีวิทยุที่พบการโฆษณาผิดกฎหมาย	8	-
ผลการเฝ้าฟัง ครั้งที่3 (4-17 ก.ค. 60) * เฉพาะในจังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนวิทยุสังกัดภาครัฐ (วิทยุหลัก สังกัด กองทัพ สนง.ตร.แห่งชาติ อสมท. กรมประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น)	14	100
ไม่พบการโฆษณาผิดกฎหมาย	-	

สรุปกระบวนการขับเคลื่อนเพื่อจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายทางสถานีวิทยุ จังหวัดขอนแก่น



บทสรุป

การบริหารการจัดการปัญหาด้านการคุ้มครอง
ผู้บริโภคที่มีผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก

จำเป็นต้องใช้กลไกการจัดการปัญหา

ด้วยกระบวนการภาคีเครือข่าย

โดยวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ภาคีเครือข่ายร่วมกำหนดนโยบาย และวางแผนการ
ขับเคลื่อน การแลกเปลี่ยนและสื่อสารข้อมูล

อย่างต่อเนื่อง การจัดระบบการติดตามผลที่มี
ประสิทธิภาพ ส่งผลให้การพัฒนางานสามารถ
บรรลุผลสำเร็จได้ โดยลดความขัดแย้ง

และได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

เพราะสังคมที่ดี

สามารถออกแบบ

และสร้างขึ้นได้

