

บทเรียนการจัดการปัญหาโฆษณา ผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสถานีวิทยุกระจายเสียง จังหวัดเชียงใหม่

นัทธินี วัฒนวรสันต์ เกสัชกรชำนาญการ
กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดขนาดใหญ่ ปี พ.ศ. 2565 มีสถานีวิทยุกระจายเสียง 166 แห่ง แบ่งเป็น สถานีวิทยุชุมชน 14 แห่ง วิทยุสาธารณะ 27 แห่ง วิทยุธุรกิจ 115 แห่ง และวิทยุคลื่นหลัก 10 แห่ง ซึ่งตามกฎหมายอนุญาตให้สถานีวิทยุหลักและสถานีวิทยุธุรกิจเท่านั้นที่สามารถโฆษณาได้ รวมเป้าหมายการเฝ้าระวัง 125 แห่ง ซึ่งการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลโฆษณาเริ่มเห็นเป็นปัญหาดังตั้งปี พ.ศ. 2558 จึงได้เสนอผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ทราบ เสนอให้มีการจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2559 ระยะเวลา 3 ปี ดำเนินการตามกรอบการทำงาน 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการพัฒนากลไกการทำงานร่วมกัน 2. ด้านการบังคับใช้กฎหมาย 3. ด้านการสร้างตระหนักรู้แก่สื่อมวลชน 4. ด้านการเผยแพร่ให้ความรู้แก่ประชาชน

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ในฐานะผู้รับผิดชอบหลักด้านการกำกับดูแลกฎหมายได้ดำเนินการตรวจสอบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสถานีวิทยุ ผลจากการดำเนินงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 พบว่าการดำเนินงานด้านกฎหมายเพียงด้านเดียวไม่สามารถจัดการปัญหาโฆษณาทางสถานีวิทยุได้ จึงได้จัดทำโครงการโฆษณาสีขาวเพื่อชาวเชียงใหม่ ปีงบประมาณ 2561 จนถึงปัจจุบัน เป็นเวลา 5 ปี จากข้อมูลการเฝ้าระวัง ปีงบประมาณ 2561- 2565 การกระทำผิดด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ไม่ถูกต้องลดลง คิดเป็นร้อยละ 43.90, 51.81, 42.11, 26.13 และ 10.69 ตามลำดับ ประกอบกับการทำงานร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในปี พ.ศ. 2562 ทำให้เห็นว่าปัญหาการโฆษณาทางสถานีวิทยุที่ไม่ถูกต้อง มีแนวโน้มลดลง ส่วนด้านการสร้างความรอบรู้เท่าทันสื่อของผู้บริโภค เป็นกลไกสำคัญที่จะเป็นเกราะป้องกันตัวเองจากการไม่หลงเชื่อโฆษณาโอ้อวดหลอกลวง ซึ่งลำพังภาครัฐเองไม่สามารถเผยแพร่ความรู้เข้าถึงประชาชนในแต่ละกลุ่มวัยได้ หากขาดการเชื่อมโยงผู้ผลิตสื่อ และการเผยแพร่สื่อที่ตรงกับกลุ่มประชาชน การบูรณาการหลายภาคส่วนเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา การสร้างเครือข่ายภาคประชาชนที่เฝ้าระวัง ส่งต่อและเผยแพร่ความรู้ทำงานร่วมกับภาครัฐ การสร้างเครือข่ายสื่อวิทยุรวมตัวกันเพื่อเตือนกันเองผลิตสื่อและเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชนในวงกว้างได้ ในส่วนของการสนับสนุนงบประมาณของหน่วยงานสาธารณสุขไม่ใช่ปัจจัยหลักของการทำงานร่วมกัน แต่เป็นเพราะเห็นปัญหาสังคมร่วมกันและร่วมคิดร่วมกัน

แก้ไขปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผลิตภัณฑ์สุขภาพอันตรายที่มีจำหน่ายในพื้นที่ ความร่วมมือเป็นภาคีเครือข่ายยังสามารถหาทุนสนับสนุนการดำเนินงานจากหน่วยงานอื่น ๆ ได้ เช่น กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นต้น การทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ความรู้แก่ประชาชนเลือกบริโภคอย่างเหมาะสม รู้เท่าทันสื่อ จึงเป็นกลไกที่จะเสริมการดำเนินงานแก้ไขปัญหาโฆษณาที่ไม่ถูกต้องลดลงได้

โดยดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. สร้างเครือข่ายสถานีวิทย์แบบมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง
2. สร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ความรู้ด้านสุขภาพ เกิดความตระหนักคิดก่อนบริโภค
3. สร้างความตระหนักแก่ประชาชนอย่าหลงเชื่อโฆษณาที่โอ้อวดหลอกลวง
4. ประชาสัมพันธ์ความรู้ด้านสุขภาพและการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสม

จุดเด่นของโครงการ

1. สามารถลดปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกต้องทางสถานีวิทย์กระจายเสียงในพื้นที่
2. เครือข่ายสื่อมวลชน และเครือข่ายภาคประชาชน สามารถเขียนโครงการเพื่อขอรับงบประมาณจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานสาธารณสุข ในด้านการผลิตสื่อเผยแพร่ความรู้เท่าทันสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และ

การสร้างความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอันตราย

3. ขยายต่อยอดการเผยแพร่ความรู้ทางสื่อวิทยุ โดยผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น เพจ Facebook, YouTube, Tiktok, Line

4. พัฒนาระบบการเฝ้าระวัง ส่งต่อข้อมูลโดยเพิ่มศักยภาพเครือข่ายสื่อวิทยุและเครือข่ายภาคประชาชนสามารถเฝ้าระวัง (เป็นศูนย์รับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแส) ส่งต่อ (ใช้ระบบเอกสารและ Tawai Chatbot เป็นเครื่องมือในการดำเนินการ) เผยแพร่ (ทั้งสื่อวิทยุ เพจ และออนไลน์)

5. ขยายภาคเครือข่ายใหม่ ๆ ที่ดำเนินการด้านสื่อ เช่น เครือข่ายชมรมสื่อออนไลน์ จังหวัดเชียงใหม่ นายกสมาคมนักจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ และผู้สื่อข่าวเชียงใหม่ ร่วมกันดำเนินการด้านการสร้างความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพและบริการสุขภาพ แก่ประชาชน

6. มีการผลิตสื่อรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ความรู้ด้านสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สุขภาพเผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุ เพจ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ

7. มีภาคีเครือข่ายด้านสื่อ เครือข่ายภาคประชาชน ร่วมกันแก้ไขปัญหาผลิตภัณฑ์อันตราย เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ลักลอบใส่สารสเตียรอยด์ ที่ยังมีการบริโภคแพร่ระบาดในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการวัยเก๋ารู้เท่าทันสื่อ โครงการพัฒนาเครือข่ายภาคประชาชนในการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาผลิตภัณฑ์สุขภาพอันตราย และโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย ในชุมชนแบบบูรณาการ จังหวัดเชียงใหม่

จุดที่ควรพัฒนา

1. ระบบการจัดการด้านกฎหมาย ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 ได้มีการขอความร่วมมือทุกจังหวัดในการดำเนินงานร่วมกับ กสทช. ในการส่งต่อข้อพิจารณาข้อความโฆษณาที่ไม่ถูกต้องและให้ กสทช. เป็นหน่วยงานดำเนินการดำเนินกฎหมายกับผู้ประกอบการ พบว่าล่าช้านานไม่น้อยกว่า 6 เดือนในการระงับโฆษณา ทำให้มีสถานีวิทยุหลายแห่งไม่ได้รับการจัดการและมีสถานีวิทยุมีการรับโฆษณาที่ไม่ถูกต้องออกอากาศเพิ่มขึ้นเนื่องจากภาครัฐไม่ดำเนินการ และการถูกร้องเรียนจากสถานีวิทยุที่เคยดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับ ทำให้หน่วยงานเสียหายในด้านการทำงาน

แนวทางแก้ไข : ดำเนินการเฝ้าระวังซ้ำและครอบคลุมสถานีวิทยุมากขึ้น พร้อมทั้งดำเนินการตามกฎหมายของหน่วยงานสาธารณสุขที่รับผิดชอบ

2. กฎหมายโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความยุ่งยากในการจัดการเนื่องจากไม่ได้มอบอำนาจในการเปรียบเทียบปรับ ทำให้พนักงานเจ้าหน้าที่ขาดความมั่นใจในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับพนักงานสอบสวน

แนวทางแก้ไข: ดำเนินการประชาสัมพันธ์ส่งหนังสือแจ้งข้อกฎหมายเน้นย้ำให้กับสถานีวิทยุทราบและดำเนินการกับสถานีวิทยุที่ยังพบการโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ถูกต้องโดยส่งให้นิติกรสำนักงานสาธารณสุขดำเนินการแจ้งความร้องทุกข์ต่อพนักงานสอบสวนต่อไป

3. ด้านการจัดการระบบข้อมูลในภาพรวมจังหวัด และระดับประเทศในการสืบค้นเอกสารการอนุญาตโฆษณา ข้อมูลการพิจารณาโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่พบการโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง ยังไม่มีระบบที่จัดเก็บและรวบรวมให้พนักงานเจ้าหน้าที่ได้ศึกษาหรือสะดวกต่อการสืบค้นหรือมีตัวอย่างข้อวินิจฉัยได้เรียนรู้ เป็นต้น

การพัฒนาต่อยอด

1. มีแผนการขยายแนวร่วมการดำเนินการมีส่วนร่วมการดำเนินงานเฝ้าระวัง ประชาสัมพันธ์ร่วมมือในการขับเคลื่อนในเครือข่ายสื่อมวลชนด้านอื่น ๆ เช่น สื่อออนไลน์

2. สร้างกระแส คัดก่อนบริโภค รู้เท่าทันสื่อไม่หลงเชื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยประชาชนผู้มีชื่อเสียง เช่น นักร้อง นักกีฬายูทูบเบอร์ ดาวดีกตกเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มวัยต่าง ๆ ได้แก่ วัยรุ่น (สื่อออนไลน์) วัยทำงาน (สื่อวิทยุ, ออนไลน์) วัยสูงอายุ (สื่อวิทยุ, โทรทัศน์)

3. ดำเนินการเขียนโครงการโฆษณาสีขาวเพื่อชาวเชียงใหม่อย่างต่อเนื่อง และร่วมสนับสนุนการเขียนโครงการของสื่อมวลชน เพื่อขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

บทสรุปการดำเนินการ

ในการแก้ไขปัญหามาตราฐานผลิตภัณฑ์สุขภาพไม่สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาได้ด้วยองค์กรใดองค์กรหนึ่ง และไม่สามารถจัดการด้วยวิธีการด้านเดียว หรือแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ในเวลา 1 หรือ 2 ปี ในการดำเนินการตามกรอบการทำงาน 4 ด้าน จึงเป็นนวัตกรรมการทำงานเชิงสังคม

ที่ขับเคลื่อนสังคมการโดยมีส่วนร่วมของประชาชน
ไปพร้อม ๆ กัน ได้แก่

1. ด้านการพัฒนากลไกการทำงานร่วมกัน
2. ด้านการบังคับใช้กฎหมาย
3. ด้านการสร้างความตระหนักแก่สื่อมวลชน
4. ด้านการเผยแพร่ให้ความรู้แก่ประชาชน

1. ด้านการพัฒนากลไกการทำงานร่วมกัน

กำหนดให้มีคณะกรรมการดำเนินงานด้าน
โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพและบริการสุขภาพ
จังหวัดเชียงใหม่ โดยทุกหน่วยงานได้ร่วมเป็น
คณะกรรมการ เพื่อใช้เป็นกลไกความร่วมมือใน
การทำงาน

1. ด้านการพัฒนากลไกการทำงานร่วมกัน

จากบันทึกข้อตกลง เรื่อง ความร่วมมือในการดำเนินงานด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพและบริการสุขภาพ ทาง
สื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2559 ระยะเวลา 3 ปี
(ซึ่งดำเนินการสิ้นสุดแล้ว ปี พ.ศ. 2562) โดยทุกหน่วยงานได้ร่วมมือในการทำงานและแก้ไขปัญหาโฆษณา




ในปี พ.ศ. 2564 ไม่ได้จัดประชุม เนื่องจาก
สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19




ภาคีรัฐร่วมมือกัน MOU กสทช. อัย สตจ
ดำเนินการส่งต่อข้อมูลพิจารณาข้อความโฆษณา
ตามใบขางทั่วทั้งประเทศ
เริ่มปีงบประมาณ 2562

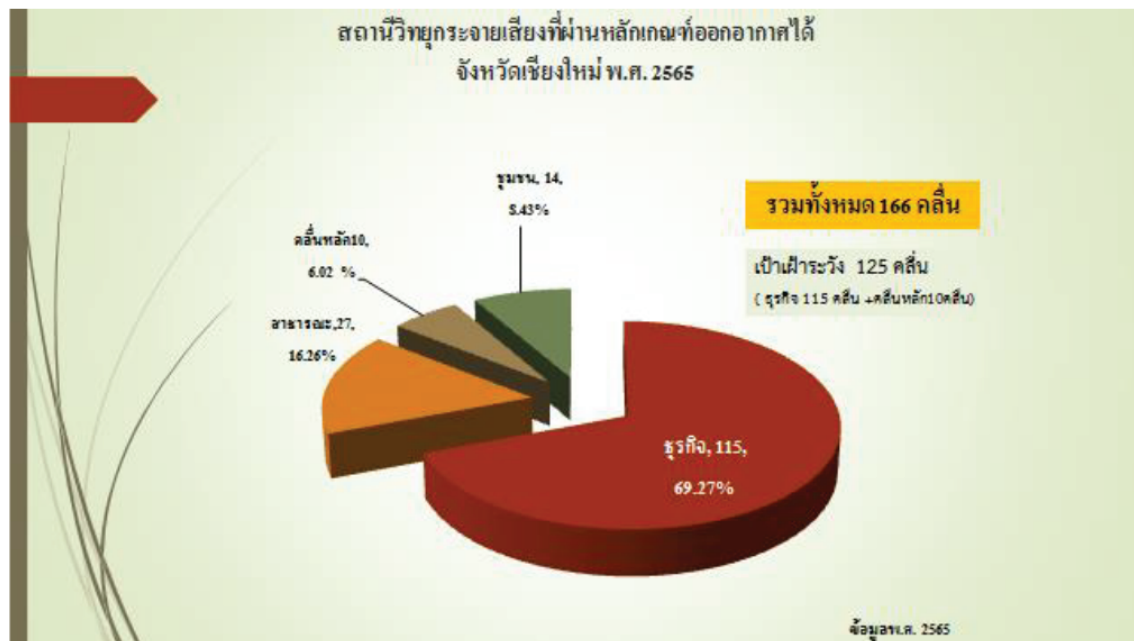


2. ด้านการบังคับใช้กฎหมาย

สนับสนุนการมีส่วนร่วมในการบังคับใช้กฎหมายที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เฝ้าระวังโดยเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนประสานการดำเนินงานร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาการโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง เมื่อได้รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาที่อาจเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายหรือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยมีการร้องเรียนไปยังศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดเชียงใหม่ หรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด

เชียงใหม่ หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ หรือสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เขต 9 เชียงใหม่ ให้ดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ หรือร่วมกับคณะกรรมการดำเนินงานแก้ไขปัญหาด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพและโฆษณาบริการสุขภาพที่ไม่เหมาะสม เพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้แล้วเสร็จโดยเร็ว และแจ้งผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทราบ เพื่อเป็นข้อมูลในการปฏิบัติงานร่วมกันต่อไป





สรุปผลการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสถานีวิทยุ
จังหวัดเชียงใหม่

ปีงบประมาณ พ.ศ.	เฝ้าระวัง (คลื่น) ครอบคลุม %	โฆษณาไม่ถูกต้อง
2562	83 คลื่น	51.81%
2563	76 คลื่น	42.11%
2564*	88 คลื่น	26.13%
2565*	159 คลื่น	10.69 %

เป็นเฝ้าระวังสถานีวิทยุ ปี 2565
รุรกิจ 115 คลื่น + สถานีวิทยุคลื่นหลัก 10 คลื่น รวม 125 คลื่น
ปี 2564 - 2565 รวมข้อมูล 2 หน่วยงาน (ภาคเกษตร ศคช.)

ปีงบประมาณ พ.ศ.	เฝ้าระวัง (คลื่น) ครอบคลุม %	โฆษณาไม่ถูกต้อง
2558	40 คลื่น (38.00%)	87.50%
2559	90 คลื่น (66.42%)	70.33%
2560	83 คลื่น (61.00%)	52.00 %
2561*	82 คลื่น (66.00%)	43.90%
2562	83 คลื่น (67.47%)	51.81%
2563	76 คลื่น (61.79%)	42.11%
2564	88คลื่น (68.21%)	26.13%
2565	159 คลื่น (100%)**	10.69 %

* 2561 ดำเนินโครงการโฆษณาสีขาวเพื่อชาวเชียงใหม่

** 159 คลื่น ข้อมูลเฝ้าระวังจาก 2 หน่วยงานได้แก่ สสจ. และ กสทช.



3. ด้านการสร้างความตระหนักแก่สื่อมวลชน

ร่วมกันให้ข้อมูล แนะนำแนวทางปฏิบัติ ที่ถูกต้องในการโฆษณาแก่ผู้ประกอบการ วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์, นักจัดรายการวิทยุ,

ผู้ประกอบการโฆษณา และดำเนินการส่งเสริม พัฒนา สร้างเครือข่ายสื่อมวลชนในการเผยแพร่ ความรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชนได้



4. ด้านการเผยแพร่ให้ความรู้แก่ประชาชน

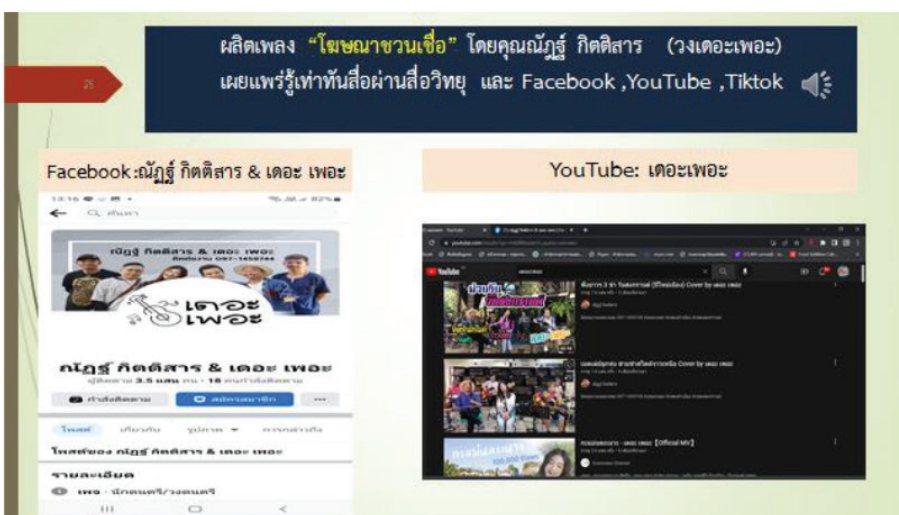
ร่วมกันส่งเสริม สนับสนุน เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ สุขภาพและบริการสุขภาพ แก่ประชาชน เพื่อให้ ประชาชนเกิดความตระหนัก รู้สิทธิผู้บริโภค และสามารถแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน พิกัดสิทธิของตนเอง เมื่อพบเห็นการโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง

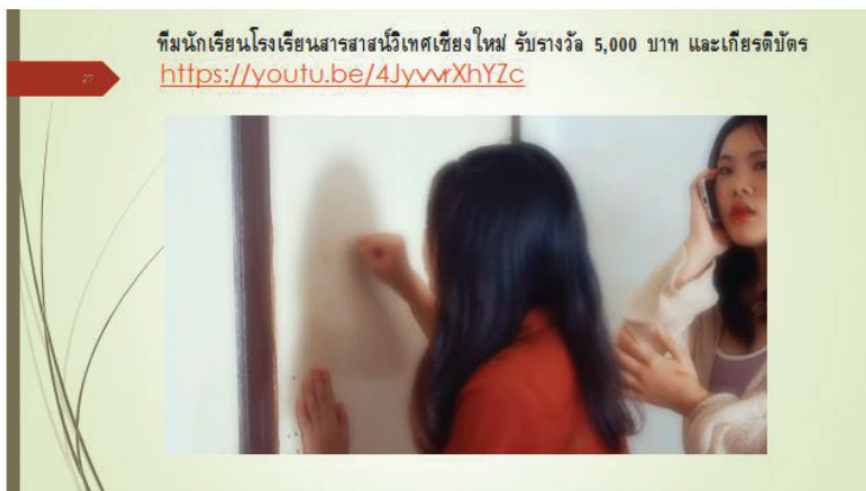
ร่วมกันส่งเสริม สนับสนุน เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ประชาชน และผู้ประกอบการ หรือผู้จัดรายการ กิจกรรมวิทยุกระจายเสียง เช่น การอบรม สัมมนา ให้ความรู้ด้านกฎหมาย และวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องจัดทำคู่มือการโฆษณาเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ



กิจกรรมเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชน โดยเครือข่ายสื่อวิทยุ







สามารถโหลดข้อมูลผลงานได้ที่ QR Code นี้ นำไปเผยแพร่ต่อได้

โครงการที่เขียนขอรับการสนับสนุนจาก กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมภาครัฐและสื่อมวลชน จังหวัด เชียงใหม่ โครงการดำเนินการโดยสำนักงาน สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

1. โครงการเครือข่าย ออย.น้อย สร้างสรรค์ สื่อประชาสัมพันธ์รู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์ สุขภาพ ปี พ.ศ. 2561 งบประมาณ 865,000 บาท มีโรงเรียนเข้าร่วมโครงการ จำนวน 50 โรงเรียน ในเขตจังหวัดเชียงใหม่



2. โครงการจิตอาสา เด็กวัยมันรู้เท่าทันสื่อ งบประมาณ 533,800 บาท ปี พ.ศ. 2563 มีโรงเรียน เข้าร่วมโครงการ 10 โรงเรียน ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ พะเยา ลำปาง ลำพูน



โครงการดำเนินการโดย ชมรมผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียง เขต 9 เชียงใหม่

1. โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเครือข่ายเฝ้าระวัง และผลิตสื่อสร้างสรรค์สู่สังคมโดยเครือข่ายสุขภาพ 3 ภาค (ภาคสื่อมวลชน/ภาคประชาชน/ภาครัฐ) ปี พ.ศ. 2561 งบประมาณ 1,000,000 บาท

โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเครือข่ายเฝ้าระวัง และผลิตสื่อสร้างสรรค์สู่สังคมโดยเครือข่ายสุขภาพ
3 ภาค (ภาคสื่อมวลชน/ภาคประชาชน/ ภาครัฐ)
1,000,000 บาท

กิจกรรม : สถานีวิทยุกระจายเสียง 45 สถานี ดำเนินกิจกรรม ,อบรมความรู้สื่อวิทยุ,เผยแพร่สื่อความรู้ด้านสุขภาพ ทางสถานีวิทยุ , ออกกอง ,ผลิตสื่อสโปด, กิจกรรมวันคุ้มครองผู้บริโภค





2. โครงการวัยเก๋ารู้เท่าทันสื่อ ปี พ.ศ. 2563 งบประมาณ 1,611,900 บาท

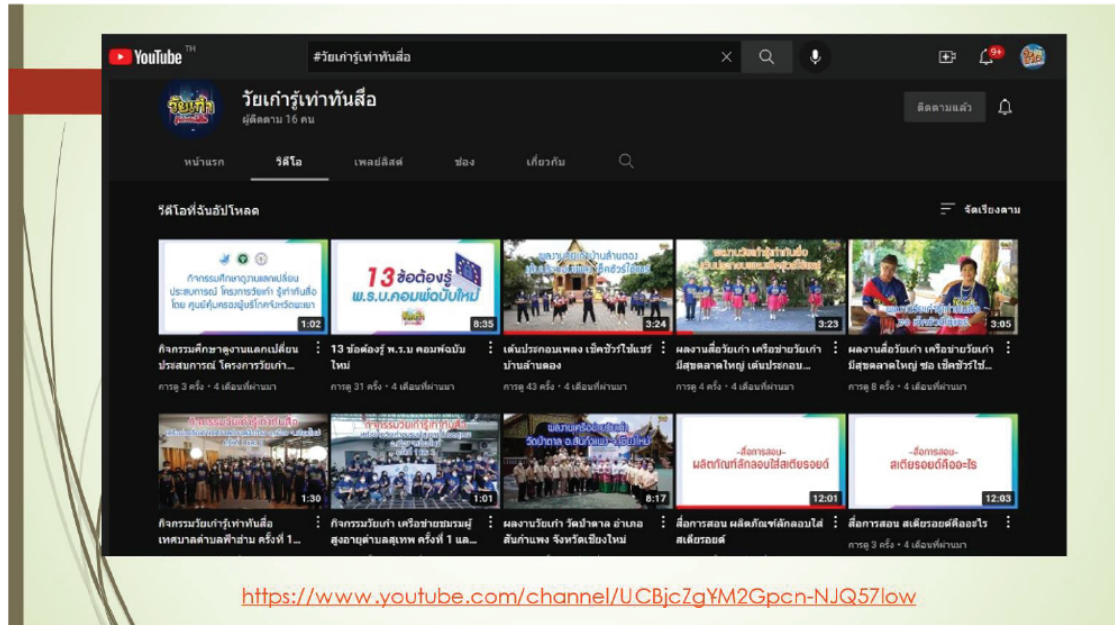
โครงการวันเก๋ารู้เท่าทันสื่อ

เครือข่ายวิทยุดำเนินการ 1,611,900 บาท





ผลงานวิจัยเท่าทันสื่อ



ดำเนินการสนับสนุน ต่อยอดโครงการวัยเก๋ารู้เท่าทันสื่อ โดยพัฒนาศักยภาพวิทยากรสื่อ (ครู ก)
จัดอบรมวัยเก๋ 8 แห่ง

ต่อยอดโครงการวัยเก๋ารู้เท่าทันสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ปี พ.ศ. 2565 (งบม.44 อย.)

■ กิจกรรม : พัฒนาครู ก , จัดอบรมวัยเก๋ 8 แห่ง , ถอดบทเรียนและเนื้อหากิจกรรมอบรม

ขยายกิจกรรม

อบรมนักเรียน กสน . 150 คน วันที่ 10 สิงหาคม 2565

โครงการค่ายพัฒนาชีวิตด้านความเป็นพลเมืองยุคดิจิทัลกับการรับมืออาชกรรมบนดลกออนไลน์

4 ฐาน ความรู้ (09.00-15.00)

ขยายเครือข่าย

เครือข่ายผู้บริโภคภาคเหนือ จังหวัดพะเยา

กลไกเขตพื้นที่ภาคเหนือ สภาองค์กรของผู้บริโภค ศึกษาดูงาน



อบรมแกนนำ อบรมวัยเก๋า จังหวัดพะเยา



เราได้อะไรจากการทำงานร่วมกัน

1. ด้านการพัฒนากลไกการทำงานร่วมกัน
2. ด้านการบังคับใช้กฎหมาย
3. ด้านการสร้างความตระหนักแก่สื่อมวลชนในการโฆษณาที่ถูกต้องตามกฎหมาย
4. ด้านการเผยแพร่ความรู้และสร้างความเข้มแข็งแก่ประชาชน

→ ได้รู้จักและผูกพัน ภาคเครือข่ายสื่อ

ประชาชน สถาบันการศึกษา และกสทช

→ โฆษณาที่ไม่ถูกต้องทางสถานีวิทยุ

มีแนวโน้มลดลง

→ -เครือข่ายวิทยุรวมตัวกัน เดือน/แนะนำกันเอง

ปฏิเสธโฆษณา

-มีความรู้โฆษณาและปัญหาด้านสุขภาพและ

มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

-เรียนรู้เทคนิคอื่นๆในการผลิตสื่อ, การออกกอง

-เขียนขอทุนสนับสนุน

→ -ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ

-เครือข่ายประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ไข

ปัญหาโฆษณา

-มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสังคมอื่นๆ

'ต่างคนต่างมีหน้าที่

แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทำเฉพาะหน้าที่นั้น

เพราะว่าถ้าคนใดทำหน้าที่เฉพาะของตัวเอง

โดยไม่มองไม่แลคนอื่น งานก็ดำเนินไปไม่ได้

เพราะเหตุว่างานทุกงานจะต้องพาดพิงกัน จะต้องเกี่ยวโยงกัน

ฉะนั้นแต่ละคน จะต้องมีความรู้ถึงงานของผู้อื่น แล้วช่วยกันทำ'

พระราชดำรัส พระราชทานแก่ คณะบุคคลต่าง ๆ ที่เข้าเฝ้าฯ

เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 4 ธันวาคม 2533