

เนื้อหาและความถูกต้องตามกฎหมายของโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยาจากสื่อวิทยุในชุมชนบ้านมะกอก จังหวัดมหาสารคาม

ชนัตถา พลอยเลื่อมแสง*[±] ธนพงศ์ ภูผาลี*
ปวีณี ประเทพา** นัฐกร จอมทรัพย์ ** กานต์ธิดา สารวัน**

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์: เพื่อศึกษาความถูกต้องตามกฎหมายของเนื้อหาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยาที่โฆษณาทางวิทยุที่ประชาชนบ้านมะกอกสามารถรับฟังได้ **วิธีการ:** วิจัยเชิงพรรณนา เก็บข้อมูลโดยการบันทึกเนื้อหาโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยา ที่ออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียง 6 สถานี ในชุมชนบ้านมะกอก เป็นเวลา 1 เดือน ระหว่างตุลาคม-พฤศจิกายน 2555 ทุกวันพุธและวันศุกร์ เพื่อเป็นตัวแทนวันราชการ และทุกวันอาทิตย์เพื่อเป็นตัวแทนของวันหยุดราชการ ตั้งแต่เปิดสถานี จนปิดสถานี ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย 3 คน **ผลการวิจัย:** ผลการบันทึกโฆษณาทางวิทยุ พบจำนวนชิ้นโฆษณาทั้งหมด 100 ชิ้นต่อเดือน เป็นโฆษณายา จำนวน 74 ชิ้น โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จำนวน 26 ชิ้น ออกอากาศทั้งวันราชการและวันหยุดราชการ รูปแบบการถ่ายทอดเนื้อหา พบรูปแบบสปอตวิทยุมากที่สุด (ร้อยละ 62) ผลการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา พบว่าโฆษณาทั้งหมดมีเนื้อหาไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ส่วนใหญ่ไม่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 มาตรา 88 (2) คือแสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง สำหรับโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทุกชิ้นพบว่า มีเนื้อหาไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนข้อความที่ไม่ถูกต้องของโฆษณาตามกฎหมายของผลิตภัณฑ์ยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มี 6 ปัจจัยคือ คลื่นเอกซเรย์ ความถี่ FM ออกวันหยุดราชการ ช่วงเวลาเย็น ออกอากาศนานมากกว่า 2 นาทีต่อครั้ง รูปแบบโฆษณาโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่ใช้แล้วได้ผล จะมีจำนวนข้อความที่ไม่ถูกต้องมากกว่า **สรุป:** เนื้อหาของสื่อโฆษณาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่านทางวิทยุในชุมชนบ้านมะกอก มีรูปแบบในการสื่อสารหลายแบบ ออกอากาศมากกว่า 2 นาทีต่อครั้ง มากกว่า 4 ครั้งต่อวัน และเผยแพร่ทุกวัน แต่ไม่มีความถูกต้องของเนื้อหาโฆษณาตามกฎหมายทุกโฆษณา

คำสำคัญ: สื่อโฆษณา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยา วิทยุ ความถูกต้องตามกฎหมาย

* หน่วยปฏิบัติการวิจัยเภสัชศาสตร์สังคม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หมายเลขโทรศัพท์/
โทรสาร 043-754360 Email : chanuttha.p@msu.ac.th [±] Corresponding Author

** คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

The content and legal correction of advertising food supplements and medications from radio in Banmakok community, Maha Sarakham Province

Chanuttha Ploylearmsang^{*‡} Thanapong Poophalee ^{*}

Pathinee Prataepa^{**} Natthakorn Jomtharak^{**}

ABSTRACT

Objective: To assess the legal correction of the radio advertising about food supplements and medications from the radio stations that Banmakok people was able to access. **Methods:** The descriptive study, data was collected by tape recording the content of advertisement that broadcasting from 6 radio stations in Banmakok community. Advertisement was recorded every day for a month during October-November 2011. Every Wednesday and Friday was the representative of the regular working days, and every Sunday for the holiday. We recorded all advertisements from the first time of daily broadcasting until the radio station was closed. The content and legal correction of advertising was evaluated by 3 experts. **Results:** From the radio record, 100 advertisements were observed, 74 medications and 26 food supplements advertisement. They were broadcasted in both the regular working day and holiday. Spot radio was the type most often broadcasted (62%) comparing with other advertisement types. Regarding to the related laws, all content of medication and food supplement advertisement was incorrect. Six significant factors affecting to the illegal statements of the advertisement were private radio station, FM channel, broadcasting on holiday, evening time, more than 2 minutes of advertisement, and type of advertisement. **Conclusion:** There were many patterns of food supplement and medication advertisement from radio. They were disseminated to Banmakok people every day, more than 2 minutes/advertisement and more than 4 times/day but all of their content was in violation of law according to the related laws.

Keywords: Advertising media, Food supplements, medication, content, radio

^{*} Social Pharmacy Research Unit, Faculty of Pharmacy, Mahasarakham University, Kamriang, Kantarawichai, Maha Sarakham 44150 [‡]Corresponding Author

^{**} Faculty of Pharmacy, Mahasarakham University, Kamriang, Kantarawichai, Maha Sarakham 44150

บทนำ (Introduction)

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยา เป็นสินค้าสุขภาพที่มีการโฆษณาผ่านสื่อหลายรูปแบบ อาทิเช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต โดยในชุมชนท้องถิ่นการโฆษณาผ่านวิทยุพบมากที่สุด (Tangcharoensathien, 1993) เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าใจได้ง่าย และสะดวกต่อการเข้าถึงของประชากรเฉพาะในชุมชนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี จากการศึกษาเรื่องสถานการณ์และผลกระทบของโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีปัญหาตามกฎหมายจากสื่อวิทยุกระจายเสียงชุมชนต่อผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่ ของมัลลิกา เจริญวงศ์ พ.ศ.2554 พบว่าผลิตภัณฑ์อาหารมีจำนวนขึ้นการโฆษณามากที่สุด (ร้อยละ 49.5) รองลงมาคือโฆษณา ยา (ร้อยละ 32.3) ผลการประเมินความถูกต้องของเนื้อหาโฆษณาพบว่ามากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 53.0) ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย พบว่าโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาถึงร้อยละ 74.5 เนื้อหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีโฆษณาที่พบว่าไม่ถูกต้องตามกฎหมาย อาทิเช่น มีการแสดงสรรพคุณที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง โดยอ้างสรรพคุณเป็นยา ว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคได้

วิทยุชุมชนเป็นสื่อโฆษณาที่พบมากในชุมชนท้องถิ่น และเข้าถึงกลุ่มประชากรเฉพาะในชุมชนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถพกพาวิทยุไปทำงานได้ เช่น ไปทำนา หรือทำสวน และเปิดฟังได้ขณะทำงาน (Wannathip, 2010; Kittisopee, 2005) ในปัจจุบันพบว่าเนื้อหาคำพูด ข้อความในการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุชุมชน ส่วนใหญ่อ้างสรรพคุณที่เป็นเท็จ เกินความเป็นจริง (5) หลอกลวงให้เกิดความเชื่อโดยไม่สมควร ขาดการควบคุมเนื้อหา ทำให้ข้อมูลการโฆษณาที่ถ่ายทอดผ่านวิทยุส่งผลให้ประชาชน ผู้บริโภคไม่รู้ เชื่อ และตัดสินใจผ่านข้อมูลที่ไม่ถูกต้องดังกล่าว และเกิดพฤติกรรมการใช้ยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่สมเหตุสมผล (Lomas, 2012; Ampant, 2015)

บ้านมะกอก เป็นชุมชนเป้าหมายในการพัฒนาความเข้มแข็งด้านสุขภาพของคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ภายใต้โครงการบูรณาการ 1 คณะ 1 ชุมชน และโครงการ 1 หลักสูตร 1 ชุมชน จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติในการเลือกซื้อและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของชุมชนบ้านมะกอก จังหวัดมหาสารคาม ของธนัชพรวรรณทิพย์ และคณะ ในปี พ.ศ.2554 พบว่า สื่อวิทยุมีผลต่อทัศนคติในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชาชนในชุมชนมากกว่าสื่อประเภทอื่น อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับความถูกต้อง ข้อเท็จจริง ของคำพูดและเนื้อหาในโฆษณาจากสื่อวิทยุตามหลักกฎหมายยังไม่มีผลการดำเนินการในชุมชนบ้านมะกอก คณะนักวิจัยจึงสนใจทำการวิจัยต่อยอดการศึกษาเดิม ในประเด็นของเนื้อหาและความถูกต้องตามกฎหมายของสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยาผ่านสื่อวิทยุ ในชุมชนบ้านมะกอก จังหวัดมหาสารคาม เพื่อเป็นแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชนซึ่งเป็นหน้าที่หนึ่งของเภสัชกรชุมชน ที่จะนำไปสู่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการดูแลตนเองและสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์อันดีระหว่างคณะและชุมชนมะกอกวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษา

เนื้อหาและความถูกต้องของสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยา จากวิทยุ ในชุมชน บ้านมะกอก จังหวัดมหาสารคาม

วิธีการวิจัย (Methods)

เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) ดำเนินการเก็บบันทึกเนื้อหาข้อความของโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยา จากสื่อวิทยุที่ออกอากาศและรับฟังได้ในชุมชนบ้านมะกอก ตำบลขามเรียง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งตั้งห่างจากมหาวิทยาลัยมหาสารคามเป็นระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร ช่วงเวลาที่ดำเนินการเก็บข้อมูล คือระหว่าง ตุลาคม – พฤศจิกายน 2555 โดยขั้นตอนการดำเนินการศึกษามีดังนี้

1. ทีมงานวิจัยขออนุญาตเข้าไปศึกษาในชุมชนบ้านมะกอก เปิดฟังสถานีวิทยุในชุมชนบ้านมะกอก จังหวัดมหาสารคามรับสัญญาณได้ ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 45 สถานี และทำการคัดเลือกสถานีวิทยุที่ชาวบ้านมะกอกฟังเป็นประจำโดยผู้ใหญ่บ้าน ชุมชนบ้านมะกอก ได้ทั้งหมดจำนวน 20 สถานี

2. ทีมงานวิจัยเปิดฟังและบันทึกเสียงจากสถานีวิทยุที่ออกอากาศโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยา ตั้งแต่วันจันทร์-วันอาทิตย์ ตั้งแต่เริ่มเปิดสถานีถึงปิดสถานี ซึ่งผลการเปิดฟังเบื้องต้นทั้งหมด 20 สถานีทุกวันเป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์พบว่ามีเพียง 6 สถานี จากทั้งหมด 20 สถานีที่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยา จึงดำเนินการบันทึกเนื้อหาและรวบรวมจำนวนขึ้นโฆษณาในแต่ละวัน

3. ทีมงานวิจัยดำเนินการเลือกวันบันทึกเสียงที่เป็นตัวแทนของข้อมูลโฆษณาวันราชการและวันหยุดราชการโดยเลือกจากวันที่มีจำนวนขึ้นโฆษณามากที่สุดตามลำดับโดย

- 3.1 เลือก 2 วันเพื่อเป็นตัวแทนบันทึกเสียงข้อมูลโฆษณาของวันราชการ คือ วันพุธและวันศุกร์

- 3.2 เลือก 1 วันเพื่อเป็นตัวแทนบันทึกเสียงข้อมูลโฆษณาของวันหยุดราชการ คือ วันอาทิตย์

4. บันทึกเสียงสถานีวิทยุกระจายเสียงตั้งแต่เปิด-ปิดสถานี ทั้งสามวันที่เป็นตัวแทนข้อมูลโฆษณา ทุกวันดังกล่าว เป็นเวลา 1 เดือน ตั้งแต่วันที่ 17 ตุลาคม 2555 ถึง 16 พฤศจิกายน 2555

5. ทีมงานวิจัยพิจารณารายละเอียดเนื้อหาในแต่ละขึ้นโฆษณาโดยใช้แบบฟอร์มในการเก็บตัวอย่างเนื้อหาและรายละเอียดของโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยา ในสื่อวิทยุกระจายเสียง ที่พัฒนาขึ้นโดยผู้วิจัยและได้ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเชี่ยวชาญด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 2 คน โดยแบ่งเป็น โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และโฆษณายา ทั้งในรูปแบบสปอตรายการ ดีเจจัดรายการ และการสัมภาษณ์ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์พิจารณาขึ้นโฆษณา ดังนี้

5.1 หากเป็นผลิตภัณฑ์เดียวกันและมีเนื้อหาโฆษณาเดียวกัน จะถือว่าเป็น 1 ชิ้นโฆษณา

5.2 หากเป็นผลิตภัณฑ์เดียวกันแต่มีเนื้อหาโฆษณาต่างกัน จะถือว่าเป็นคนละชิ้นโฆษณา

6. ทีมงานวิจัยทำการบันทึกเทป รวบรวมข้อมูลที่มีเนื้อหาโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยา ทำการถอดเนื้อความจากการบันทึกเทปเสียงที่ออกอากาศ นำมาบันทึกลงในแบบบันทึกเนื้อหาการโฆษณาที่พัฒนาขึ้นโดยทีมวิจัย

7. ส่งแบบบันทึกเนื้อหาของการโฆษณาทั้งหมด ทั้งโฆษณายา และโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้เภสัชกรที่มีความรู้ด้านกฎหมายการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยา จำนวน 1 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการถอดเนื้อหาว่าถอดได้ตรงกับโฆษณาที่ได้บันทึกเทปไว้

8. ส่งแบบบันทึกเนื้อหาการโฆษณาให้เภสัชกรผู้เชี่ยวชาญของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ที่มีความรู้ด้านกฎหมายผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เกี่ยวข้องจำนวน 2 คน เพื่อประเมินความถูกต้องตามกฎหมายของเนื้อหาโฆษณา

9. เมื่อผู้เชี่ยวชาญประเมินความถูกต้องตามกฎหมายของเนื้อหาโฆษณาตรงกัน 2 ท่าน จึงลงข้อมูลที่ได้ตามแบบบันทึกเนื้อหาการโฆษณา ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป แต่ถ้าหากผู้เชี่ยวชาญประเมินความถูกต้องไม่ตรงกัน จะดำเนินการส่งให้เภสัชกรอีกท่านเป็นผู้ประเมินและลงความเห็น แล้วจึงลงข้อมูลในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

10. ทีมงานวิจัยทำการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว นำมาแปลผล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนจำนวนมาตราที่เนื้อหาไม่ถูกต้องตามกฎหมายของสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยา และเครื่องสำอาง โดยใช้ Mann Whitney U หรือ Kruskal Wallis H

กฎหมายที่นำมาพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหาโฆษณายา และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Bureau of Drug Control, 2005) มีดังนี้

โฆษณายา พิจารณาจาก 10 มาตราตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และ 1 ข้อตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง โรคหรืออาการของโรคที่ห้ามโฆษณายาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกัน และ 1 ข้อตามระเบียบสำนักคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยา พ.ศ. 2545

โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พิจารณาจาก 2 มาตราตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และ 1 ข้อตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ.2551 และ 1 ข้อตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง การแสดงข้อความกล่าวอ้างเกี่ยวกับหน้าที่ของสารอาหาร

ผลการศึกษา (Results)

1. ลักษณะทั่วไปของโฆษณาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากรายการวิทยุ

โฆษณาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่สามารถเปิดรับฟังได้ในชุมชนบ้านมะกอก ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม มาจากสถานีวิทยุ 6 สถานี ผลการเก็บข้อมูลในระยะเวลา 1 เดือน พบจำนวนขึ้นโฆษณาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้งหมด 100 ชิ้น มาจากคลื่นวิทยุ FM ทั้งหมด เป็นโฆษณา จำนวน 74 ชิ้น และโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จำนวน 26 ชิ้น โฆษณาส່วนใหญ่มาจากคลื่นเอชชช ขณะท่ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารส่วนใหญ่มากจากคลื่นวิทยุชุมชน ออกอากาศทั้งวันราชการและวันหยุดราชการ ทุกช่วงเวลา รูปแบบการถ่ายทอดเนื้อหาที่พบมากที่สุดคือ สปอตวิทยุ พบร้อยละ 62 (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของโฆษณาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากรายการวิทยุ ในชุมชนบ้านมะกอก (n=100)

ลักษณะ	จำนวนขึ้นโฆษณา (ร้อยละ)	
	ยา (n=74)	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (n=26)
1. สถานีวิทยุ		
AM	-	-
FM	74 (100%)	26 (100%)
2. คลื่นความถี่สถานีวิทยุ		
92.25 MHz	41 (55.4%)	-
92.75 MHz	9 (12.2%)	3 (11.5%)
99.50 MHz	2 (2.7%)	10 (38.5%)
103.25 MHz	2 (2.7%)	7 (26.9%)
104.75 MHz	20 (27.0%)	-
107.00 MHz	-	6 (23.1%)
3. แหล่งที่มาของคลื่นความถี่สถานีวิทยุ		
คลื่นวิทยุชุมชน	13 (17.6%)	26 (100%)
คลื่นเอชชช	61 (82.4%)	-
4. วันที่ออกอากาศ		
วันราชการ	3 (4.1%)	6 (23.1%)
วันหยุดราชการ	12 (16.2%)	2 (7.7%)
ทั้ง 2 วัน	59 (79.7%)	18 (69.2%)
5. ช่วงเวลาที่ออกอากาศ		
00.00-06.00 น.	53 (71.6%)	21 (80.8%)
06.00-12.00 น.	64 (86.5%)	22 (84.6%)

ลักษณะ	จำนวนชิ้นโฆษณา (ร้อยละ)	
	ยา (n=74)	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (n=26)
12.00-18.00 น.	55 (74.3%)	20 (76.9%)
18.00-00.00 น.	58 (78.4%)	14 (53.8%)
6. รูปแบบการถ่ายทอดเนื้อหา		
สปอต	46 (62.2%)	16 (61.5%)
ดีเจจัดรายการ	3 (4.1%)	5 (19.2%)
สัมภาษณ์ผู้ใช้	25 (33.8%)	5 (19.2%)

2. เนื้อหาของโฆษณาและความถูกต้องตามกฎหมาย

ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า โฆษณายาทั้งหมดมีเนื้อหาไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ส่วนใหญ่ไม่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มาตรา 88 (2) และสำหรับโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้งหมด พบว่ามีเนื้อหาไม่ถูกต้องทั้งหมดเช่นกัน ส่วนใหญ่ไม่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มาตรา 40 รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2 และตัวอย่างเนื้อหาโฆษณาต่อไปนี้

ตารางที่ 2 โฆษณาทางวิทยุตามประเภทผลิตภัณฑ์และจำนวนโฆษณาที่มีเนื้อความไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

ประเภทผลิตภัณฑ์ (จำนวน)	ชื่อผลิตภัณฑ์	จำนวนชิ้นโฆษณาทางวิทยุ	จำนวนที่มีเนื้อความไม่ถูกต้องตามกฎหมาย
ยา (14 ผลิตภัณฑ์)	1) ยาสตรีxxxตราxxx 2) ยากษัยเส้นตราxxx 3) ยาสตรีxxx 4) ยากษัยเส้นร้านxxx 5) ยาประดงตราหมอxxx 6) ยาน้ำกระชายดำตราxxx 7) ยาน้ำว่านชักมดลูกตราxxx 8) ยาสตรีxxx 9) ยาริตสีดวงตราxxx 10) ยาน้ำแก้ไอxxx 11) ยากษัยเส้นชนิดน้ำตราxxx 12) ยาระบายสมุนไพรxxx 13) ยาน้ำxxx 14) ยาน้ำสมุนไพรxxx	74	74 (100)
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (7 ผลิตภัณฑ์)	1) ดีxxx 2) น้ำมันรำข้าวxxx 3) สลิมxxx 4) โกลด์xxx 5) ผลิตภัณฑ์xxxพลัส 6) น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพสารสกัดจากเปลือกมังคุด 7) ผลิตภัณฑ์บัสxxx	26	26 (100)

ตัวอย่างเนื้อหาของโฆษณา

1) ผลิตภัณฑ์ ยาพิษยีสัน xxx

“โรงงานxxxเภสัช ขอขอบพระคุณพี่น้องทุกท่านที่ให้การสนับสนุนสินค้าคุณภาพตราxxxจนได้รับความไว้วางใจจากพ่อแม่พี่น้องตลอดมา โดยผลิตภัณฑ์xxxได้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของผู้ใช้”

เนื้อหา	มาตราตาม กฎหมายที่ผิด
ผู้ใช้คนที่ 1 กล่าว: ไปกินยาหมอกะคือเก่า ฮอตยามมื่อแลง ตั้งแต่ตะเริงบ้าย จนฮอดหกทุ่ม พอมากินยาพิษยีสันตราxxx เขา ผู้ใช้คนที่ 2 กล่าว: กษัยเส้น พอมากิน ปวดขา ปวดเอว หาย ผู้ใช้คนที่ 3 กล่าว: มันสิบวมตรงหัวเข่า กินยาพิษยีสันสบายขึ้น ดีขึ้น ขอบคุณหลายๆ เด้อ ผู้ใช้คนที่ 4 กล่าว: บ่เคยบ่คิดบ่ฝันว่าสิมาพ้อมมื่อนี้ วันนี้บ่เคยว่าสิมาพ้อมยาชนิดนี้ มีตัวยาดีๆ เพ้นท์มดร่างกายและจิตใจ รักษาพี่รักษาน้อง ถ้ามีวิหุมาตะโดนกะกินไปตะโดนแล้ว นี่เพ็งมีวิหุมานี้ละ ช่วงนี้ละ “โดยปณิธานที่แน่วแน่ที่จะเห็นทุกท่านมีสุขภาพที่ดี หายจากอาการเจ็บไข้ได้ป่วยจากโรคร้ายต่างๆ จึงได้ทุ่มเททั้งชีวิตเพื่อการศึกษาค้นคว้าวิจัยสมุนไพรไทยที่สืบสานตำนานมายาวนานจากพืชสมุนไพรไทยจนกระทั่งมาเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด นั่นก็คือ ยาพิษยีสัน ตรา xxxx โรงงานxxxเภสัชจึงขอเป็นกำลังใจให้กับท่านที่เจ็บไข้ได้ป่วยให้หายวันหายคืน สุขภาพแข็งแรงด้วยผลิตภัณฑ์ตราxxx อย่าได้มีโรคภัยไข้เจ็บมาเบียดเบียนทุกท่านตลอดไป”	มาตรา 88 (1) มาตรา 88 (2) มาตรา 88 (7) ระเบียบบ อย.

ประเด็นเนื้อหาพบว่าไม่ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ดังนี้

มาตรา 88 (1) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน

มาตรา 88 (2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

มาตรา 88 (7) ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น

และ ระเบียบสำนักคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยา พ.ศ. 2545

2) ผลิตภัณฑ์ ยาสตรี xxx

เนื้อหา	มาตราตาม กฎหมายที่ผิด
ยาสตรีxxxตราหมอ... จากโรงงานxxเภสัช ตำบลโคกล่าม อำเภอกxxx จังหวัด xxx เข้มข้นด้วยส่วนผสม ดอกคำฝอย ผางเสน วานชักมดลูก เปลือกนนทรี เมล็ดพริกไทย เหง้าชิงแห้ง ดอกดีปลี เกาสะท้านและตัวยาอื่นๆอีกมากมาย เป็นยาแผนโบราณ สามัญประจำบ้าน อยู่ภายใต้การควบคุมของ คณะกรรมการอาหารและยา เลขที่ทะเบียนยา G584/45 แก้อาการ ประจำเดือนมาไม่ปกติ ปวดประจำเดือน ขับน้ำคาวปลา ช่วยรัดมดลูกให้เข้า อยู่เร็ว ช่วยรักษาอาการตกขาวในช่องคลอด บำรุงเลือด ผิวพรรณเปล่งปลั่ง สดใสมีน้ำมีนวล ช่วยลดไขมันในร่างกาย ระบบขับถ่ายดีขึ้น เข้มข้นด้วยตัวยาราคาแบบชาวบ้าน เพียงขวดละ 170 บาทเท่านั้น หาซื้อได้ตามร้านค้า ร้านขายยาใกล้บ้านท่าน ยาสตรีxxx ตราหมอ...	มาตรา 88 (2)

จากเนื้อหาพบว่าไม่ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 คือ มาตรา 88 (2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

3) ผลิตภัณฑ์ ยาสตรีxxx ตราxxx

เนื้อหา	มาตราตาม กฎหมายที่ผิด
ไปหาหมอ หมอก็บอกว่าช่องคลอดอักเสบ ทั้งกินยา ยาเหน็บยาอะไรมันก็ไม่หาย เลือดมันจะไหลตลอด กินขวดแรกรู้สึกว่ามันจะหาย มันจะพิตขึ้น กระชับขึ้น มันดีมากจริงๆ ยาสตรีxxx ตราxxx เนี่ยคะ มันทำให้เราอยากจะเข้าห้องน้ำบ่อยๆ พอเข้าห้องน้ำแล้วเราก็กัง มันขับพวกรอบเดือนดีมากเลยนะ ขับออกแล้วรู้สึกสบายตัว สิวฝ้าก็ไม่มี พี่สื่อบอกไปว่าความอ้วนมันก็ลดได้เหมือนกันนะ มันคงจะขับของเสียและของตกค้างที่อยู่ในท้องของเรา ท้องมันยุบมากเลยนะจากกางเกงที่ใส่ไม่ได้มันใส่ได้หมดเลย ตรงหน้าท้องมันยุบ และเนื้อหนังตรงที่อื่นๆ มันกระชับลงนะของเค้าดีจริงๆ	มาตรา 88 (1) มาตรา 88 (2) มาตรา 88 (4) ระเบียบบ อย.

จากเนื้อหาพบว่าไม่ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ดังนี้

มาตรา 88 (1) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน

มาตรา 88 (2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง
 มาตรา 88 (4) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูกหรือยาขับระดูอย่างแรง
 และระเบียบสำนักคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยหลักเกณฑ์การโฆษณาขาย
 ยา พ.ศ. 2545

4) ผลิตภัณฑ์ยาน้ำกระชายดำ ตราxxx

เนื้อหา	มาตราตาม กฎหมายที่ผิด
ยาน้ำกระชายดำตราxxx ช่วยเสริมสร้างของสมรรถภาพร่างกาย แต่มัน มีอีกหนึ่งเรื่องราวที่เราต้องมาคิดว่า เออ มันเป็นอีหลี มันก็จั่งจะเจ้า ว่า หลายนๆเสียง หลายนๆสาย จากประสบการณ์จริงกับเรื่องราว เกี่ยวกับโรคเกาต์ เรื่องเกาต์หนิ เขาเรียกว่าเป็นโรคไขข้อกระดูกใหญ่ ห้ามกินสัตว์ปีกเนี่ย มีปัญหาหลายคนเป็นเพราะว่าก้าวมาสู่วัยทอง หลายคนมีปัญหาเรื่องน้ำมันไขข้อหมด เสื่อมสภาพ มันใช้มาโดนแต่ะ มีตะไคร้กับใช้ มือนี่ผมฟังสุภาพบุรุษสุภาพสตรีเอายาน้ำกระชายดำตรา xxxไปรับประทาน ดิฉัน เห็นผลกันจริงๆ หลังจากที่เดินไปโสมมาโสมมัน ปวด อีกหนึ่งเรื่องราวที่สามารถพลิกวิกฤตได้ อย่าฟาวเชื่อผม เอาเป็น ว่าให้เลือกรับประทานจึกหนึ่งขวดเพ็ง แล้วจะรู้ว่าของเขาดิฉันจริงๆ รับประทานแล้วได้ผลจริง ไม่มีผลข้างเคียง ทำให้คุณผู้ฟังสวขึ้น หล่อ ขึ้น หล่อขึ้น หล่อขึ้น	มาตรา 88 (1) มาตรา 88 (2) ระเบียบ อย.

จากเนื้อหาพบว่าไม่ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510
 ดังนี้

มาตรา 88 (1) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุดิบเป็น
 ส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้
 อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน

มาตรา 88 (2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริงและ
 ระเบียบสำนักคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยา พ.ศ. 2545

ตัวอย่าง เนื้อหาของโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

1) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันรำข้าวxxx

เนื้อหา	มาตราตาม กฎหมายที่ผิด
30 วินาทีต่อไปนี้ คือเหตุผลสำคัญที่คุณต้องทานน้ำมันรำข้าวxxx ปวดหัว ตัวร้อน เป็นไข้ ไม่สบาย กระสับกระส่าย ไตพิการ อาหารไม่ย่อย กินข้าวไม่อร่อย ลึนกร่อย ไม่รู้รส ท้องอืด มีกรดในกระเพาะ กระดูกเปราะ เหนื่อย ปวด รู้สึกขมวดในลำไส้ เวลาหายใจแล้วเหม็นๆ เข้าเย็นขอบอาเจียน วิงเวียนอยู่เป็นประจำปอดเข้าเป็นแผล มีรังแคเต็มศีรษะ พอเอะอะ จากนั้นไป น้ำมันรำข้าวxxxตอบโจทย์ทุกปัญหาสุขภาพของคุณ เพียงทานวันละ 2 แคปซูล ด้วยคุณค่าจากน้ำมันรำข้าวและจมูกข้าวคุณภาพดี ผสม Coenzyme Q 10 มีส่วนช่วยดูแลระบบประสาท ระบบสมอง ทำให้นอนหลับสบาย ปรับระดับน้ำตาลในเลือด ระบบความดันโลหิต ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นในผิว ปรับสภาพผิวของคุณให้ดูขาว กระจางใส	มาตรา 41 ประกาศ อย. เรื่อง หลักเกณฑ์การ โฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551 และ การแสดงความ กล่าวอ้างเกี่ยวกับ หน้าที่ของ สารอาหาร

จากเนื้อหาพบว่าผิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

มาตรา 41 ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณ ของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใดเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว จึงจะโฆษณาได้

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง การแสดงความกล่าวอ้างเกี่ยวกับหน้าที่ของสารอาหาร

2) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โกลด์xxx

เนื้อหา	มาตราตาม กฎหมายที่ผิด
ผลิตภัณฑ์โกลด์xxx ผลิตภัณฑ์ดี เอ็ดมาจากสารมัทศจรรยเนาะนะคะ 7 อย่างนำกันเนาะ นะคะ รวบรวมไว้เป็นโกลด์xxxนะคะ มันคือดีและ ว่าเช่าเนาะ ดีกะเป็นจ้งบุญเนาะนะคะ 7 อย่างที่ว่านี้มีหยั่งแนเนาะ สารสกัดมาตรฐานสูงให้พลังงานกับร่างกาย ซอยให้หลับสบาย ผ่อนคลาย กระตุ้นให้ระบบเผาผลาญในร่างกายของเฮาเอาออกซิเจนไปใช้ ทุกส่วนของเซลล์เลยทีเดียวนะ กระตุ้นการเอ็ดงานของระบบประสาทส่วนกลาง ตาม	มาตรา 41 ประกาศ อย. เรื่อง หลักเกณฑ์การ โฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551 และ

เนื้อหา	มาตราตาม กฎหมายที่ผิด
ความเครียด เมื่อยล้า น้ำผึ้ง อันนี้เป็นยาอายุวัฒนะนะคะ เป็นอาหารของนางพญาผึ้ง เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน บำรุงประสาท สมอง ควบคุมและปรับระดับฮอร์โมนในสตรีวัยทอง ว่ากันว่า สารสกัดเห็ดหลินจือจะนะคะ อันนี้กะดูและบบทั้ง 5 ให้ปกตินะคะ บำรุงตับไต เสริมสมรรถภาพทางเพศนะคะ ป้องกันอัมพฤกษ์ อัมพาต โรคเก๊าท์ ว่ากันว่า สารสกัดเมล็ดองุ่นนะคะ สารสกัดเมล็ดองุ่นจะชวยเพิ่มความแข็งแรงในหลอดเลือดนะคะ สร้างภูมิคุ้มกัน เสริมสร้างการไหลเวียนของคอลลาเจนนะคะ ด้านอนุมูลอิสระชะลอความแก่ ยับยั้งการเกิดเม็ดสีผิวและฝ้า กระ เสริมการไหลเวียนของหลอดเลือดในร่างกายว่ากันว่า แล้วกะมีสารสกัดเปลือกสนฝรั่งเศส เห็ดให้ผนังหลอดเลือดแข็งแรง เสริมการไหลเวียนของวิตามิน C และ E เพิ่มคอลลาเจนนะคะ เห็ดให้ข้อต่อแข็งแรง แผลเขาไว ลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจว่ากันว่า พวกเส้นเลือดอุดตัน การอุดตันของหลอดเลือด ลดปัญหา ฝ้า กระ ผิวหมองคล้ำได้ดีเลยทีเดียวเนาะคะ และก็มียาเอนไซม์ซีเอสเตอิน เป็นกรดอะมิโนนะคะ เป็นสารตั้งต้น กระตุ้นให้ตับอ่อนสร้างกลูตาไธโอนให้กับร่างกาย ป้องกันตับจากการถูกทำลาย ด้านการเสื่อมของเซลล์ เห็ดให้ผิวขาวใส เนียนเรียบ เปล่งปลั่ง แบบธรรมชาติว่ากันว่าเนาะนะคะ แล้วก็มีแคลเซียมเอสคอร์เบตนะคะ เป็นวิตามินซี ฟีนองชา มีความเป็นกรดต้านไวรัส สร้างภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเม็ดเลือดขาว บำรุงผิวพรรณแล้วก็ชะลอความแก่ ได้นะคะ โอ๊ะ ไม่มีใครต้องการเลยคะ คำว่าแก่	การแสดงความ กล่าวอ้างเกี่ยวกับ หน้าที่ของ สารอาหาร

จากเนื้อหาพบว่าผิดกฎหมายตาม

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

มาตรา 41 ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณสมบัติ ประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณ ของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใดเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณา ก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว จึงจะโฆษณาได้

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง การแสดงความกล่าวอ้างเกี่ยวกับหน้าที่ของสารอาหาร พ.ศ. 2551

3. ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนข้อความที่ไม่ถูกต้องของโฆษณาตามกฎหมายของผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ชนิด

ผลการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนข้อความที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายของโฆษณา พบว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่มีปัจจัยใดที่มีผลต่อจำนวนข้อความที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ในขณะที่โฆษณายาพบ 6 ปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ คลื่นความถี่ สถานีวิทยุ แหล่งที่มาของสถานีวิทยุ วันออกอากาศ ช่วงเวลาที่ออกอากาศ จำนวนนาฬิกาในการออกอากาศ และรูปแบบในการถ่ายทอดเนื้อหา โดยที่คลื่นเอกซัน สถานีวิทยุความถี่ FM ออกวันหยุดราชการ ช่วงเวลาเย็น ออกอากาศนานมากกว่า 2 นาฬิกาต่อครั้ง รูปแบบโฆษณา โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่ใช้แล้วได้ผล จะมีจำนวนข้อความที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายมากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

จากผลการศึกษาเนื้อหาและความถูกต้องตามกฎหมายของสื่อโฆษณายา และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จากวิทยุ ในชุมชนบ้านมะกอก จังหวัดมหาสารคาม พบโฆษณายา มากที่สุด จำนวน 74 ชิ้นโฆษณาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบ 26 ชิ้นโฆษณา การโฆษณายา และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นการถ่ายทอดผ่านสถานีวิทยุ FM ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 คลื่นความถี่ที่พบโฆษณาทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ คลื่นความถี่ 92.25 MHz คลื่นเอกซันเป็นแหล่งที่มาของโฆษณายามากที่สุด โฆษณาทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์จะออกอากาศทั้งวัน ราชการและวันหยุดราชการมากกว่าการออกอากาศเฉพาะวันราชการหรือวันหยุดราชการ เท่านั้น รูปแบบการถ่ายทอดเนื้อหาพบว่าทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์จะมีรูปแบบแบบสปอตวิทยุมากที่สุด จากจำนวนชิ้นโฆษณาทั้งหมดพบว่ามีโฆษณาที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100

จากการเก็บข้อมูลพบว่าทุกชิ้นโฆษณาเนื้อหาไม่ถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนมาตราที่เนื้อหาไม่ถูกต้องตามนั้น พบว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่มีปัจจัยใดที่มีผลต่อจำนวนมาตราที่เนื้อหาไม่ถูกต้อง ในขณะที่ยาพบปัจจัย 6 ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนที่เนื้อหาไม่ถูกต้องตามมาตรฐานกฎหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ได้แก่ คือ คลื่นความถี่สถานีวิทยุ แหล่งที่มาของสถานีวิทยุ วันออกอากาศ ช่วงเวลาที่ออกอากาศ ระยะเวลาที่ออกอากาศ และรูปแบบในการถ่ายทอดเนื้อหา

จากจำนวนชิ้นโฆษณาทั้งหมด พบการโฆษณายามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องสถานการณ์การโฆษณายาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาทางสื่อวิทยุในเขตเทศบาลตำบลไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ ของกฤติยา โลมาศ และกรแก้ว จันทภาษา ในปี 2554 การศึกษานี้พบการโฆษณาผ่านสถานีวิทยุ FM ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องโฆษณาอาหารและเครื่องสำอาง วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร และคณะ 2539 รูปแบบการถ่ายทอดเนื้อหาแบบสปอตพบจำนวนชิ้นโฆษณามากที่สุด ซึ่ง

สอดคล้องกับการศึกษา เรื่องสถานการณ์และผลกระทบของโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีปัญหาตามกฎหมายทางสื่อวิทยุกระจายเสียงชุมชนต่อผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่ของมัลลิกา เจริญวงศ์ ในปี 2554

จากการศึกษาพบว่า การโฆษณา และโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางวิทยุ มีเนื้อหาไม่ถูกต้องตามกฎหมายทุกโฆษณา ซึ่งเป็นความเสี่ยงอย่างมากต่อผู้บริโภคในการรับฟังและเชื่อต่อเนื้อหาที่ได้รับจากโฆษณา และนำไปสู่การซื้อเพื่อการบริโภคด้วยความเชื่อต่อเนื้อหานั้น ดังนั้นแนวทางที่ยั่งยืนต่อการคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายที่ดีที่สุดคือ การเพิ่มศักยภาพของผู้บริโภคในการคุ้มครองตนเองได้ ร่วมกับการเพิ่มบทบาทของบุคลากรสุขภาพในชุมชนในการคุ้มครองสุขภาพของประชาชนจากโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง อาทิเช่น เภสัชกรชุมชน ให้ดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ในงานบริการปฐมภูมิ คือการคุ้มครองผู้บริโภคด้านยาและสุขภาพ โดยทำงานร่วมเป็นเครือข่าย เช่น ทำงานร่วมกับหน่วยงานการควบคุมและกำกับดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาที่มีกฎหมายในการทำงานเป็นของตน เช่น พระราชบัญญัติยาและพระราชบัญญัติอาหาร นั่นคือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) ให้ดำเนินการบังคับและควบคุมให้ผู้ที่จะประสงค์จะโฆษณาผลิตภัณฑ์ ต้องแจ้งเนื้อหาและขออนุญาตก่อน ถ้าไม่ขออนุญาตจะต้องมีมาตรการในการดำเนินการตามกฎหมายอย่างเข้มงวด สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลการโฆษณาหลังจากที่มีการออกอากาศแล้วและรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคเป็นหลัก จะต้องดำเนินการตรวจสอบการกระทำผิดกฎหมายให้รวดเร็ว ไม่ล่าช้า ด้วยการออกอากาศไปแล้ว การดำเนินการเอาผิดแก่ผู้กระทำการโฆษณาที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายต้องมีการรวบรวมหลักฐานประกอบความผิดที่ชัดเจน เช่น เทปบันทึกเสียงที่ใช้โฆษณาที่ผิดกฎหมาย (Wongboonnak, 2016) ซึ่งนอกจากนี้การพัฒนาบุคลากรสุขภาพหรือประชาชนในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมในการดูแลการโฆษณาในพื้นที่ของตนเอง การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้นำหมู่บ้าน เยาวชน กลุ่มแม่บ้าน ให้มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เท่าทันสื่อวิทยุ รวมถึงการให้ความรู้ที่เท่าทันต่อผู้ผลิตโฆษณา เช่น การเชิญเภสัชกรผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมาให้ความรู้เรื่องความถูกต้องตามกฎหมายของโฆษณาให้กับประชาชนในชุมชนบ้านมะกอก แนวทางทั้งหมดดังกล่าวควรเร่งดำเนินการเพื่อช่วยคุ้มครองประชาชนบ้านมะกอกจากการได้รับสื่อวิทยุที่โฆษณา และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายต่อไป

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements)

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และขอบคุณเภสัชกร กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมหาสารคาม ในการอนุเคราะห์พิจารณา

พิจารณาความถูกต้องของเนื้อหาโฆษณาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามกฎหมาย และ
ผู้ใหญ่วัย ๖๐-๖๕ ปี ในการอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูล

เอกสารอ้างอิง (References)

- Ampant P. (2015). Situations, Problems, and Model Development to Solve the Problems Associated with the Radio Broadcasting Advertisement of Health Products in Sisaket Province. *Journal of Health Science*, 24:1060-9.
- Bureau of Drug Control. (2005, Sep 10). Food and Drug Administration, Thailand. Drug Act, B.E. 2510 (1967). Retrieved from: http://drug.fda.moph.go.th/zone_service/files/ser001_03.asp.
- Bureau of Food Control. (2005, Sep 10). Food and Drug Administration, Thailand. Announcement of Ministry of Public health (No. 293) B.E.2548 Re. Food Supplement. Retrieved from: http://food.fda.moph.go.th/law/announ_moph251-300.php.
- Chantarawong M. (2011). Situation and impacts of drug and health product advertisements with legal problems on community radio broadcasts toward consumers in Chiang Mai Province. [Master Thesis]. Faculty of Pharmacy, Chiang Mai University.
- Kittisopee T, Anantachoti P, Tangcharoensathien V. (2005). Radio drug advertisement situation and regulation in Thailand. HEFP working paper.
- Lomas K, Chanthapasa K. (2012). The Situation of Radio Advertisement of Drug and Food Claimed as Drug in Phraibung Municipality, Sisaket Province. *Isan Journal of Pharmaceutical Science* (Supplement for the 4th Annual Northeast Pharmacy Research Conference of 2012 “Pharmacy Profession in Harmony”, February 11 – 12, 2012): 55-60.
- Suwanmanee O, Lerkiatbundit S. (2011). Illegal advertising of products classified as drugs by law among local radios. *Thai Journal of Pharmacy Practice*, 3: 41-55.
- Tangcharoensathien V, et al. (1993). Survey on Radio Advertisement of Food, Drug and Cosmetics, 1993. Health System Research Institute, Ministry of Public Health.
- Wannathip T, Kerdsook K, Lohanoot T, Keawsanthia A, Ploylearmsang C, Phupalee T. (2010). Factors affecting to attitude on buying and using food supplements in Banmakok Community, Maha Sarakham. [Research Project of Pharm.D.student]. Faculty of Pharmacy. Mahasarakham University.
- Wongboonnak R. (2016). Analysis of Laws Regarding Information and Communication Technology on the Advertisings Violating Health Products Laws. *Thai Journal of Pharmacy Practice*, 8(1): 217-227.