

สถานการณ์การโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาทางสื่อวิทยุ ในเขตเทศบาลตำบลไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ กฤติยา โลมาศ^{1*}, กรแก้ว จันทภาษา²

บทคัดย่อ

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ผู้แทนยามีต่อแพทย์ประจำบ้านในโรงเรียนแพทย์แห่งหนึ่ง

กฤติยา โลมาศ^{1*}, กรแก้ว จันทภาษา²

บทนำ: มูลค่าการบริโภคยาในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ส่วนหนึ่งมาจากการซื้อยากินเองจากร้านขายของชำโดยแหล่งที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสรรพคุณของยาส่วนหนึ่งมาจากการโฆษณาทางสื่อวิทยุกระจายเสียง **วิธีการ:** เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Survey Study) เก็บข้อมูลโดยการสุ่มบันทึกเทปรายการวิทยุในระบบเอฟเอ็มที่เขตเทศบาลตำบลไพรบึงสามารถรับคลื่นได้ชัดเจน จำนวนทั้งหมด 8 สถานี เริ่มบันทึกเทปร่วมกันทุกสถานีตั้งแต่เปิดจนกระทั่งปิดสถานี เป็นเวลา 2 วัน คือ วันพฤหัสบดีและวันอาทิตย์ (ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ดังนี้ ความถี่ของการโฆษณา รูปแบบของการโฆษณาและเนื้อหาของการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาในแง่กฎหมาย **ผลการศึกษา:** พบการโฆษณาผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 25 ผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็นยา ร้อยละ 68 มากกว่าอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา (ร้อยละ 32) แต่ความถี่ในการโฆษณาอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา (ร้อยละ 62.45) สูงกว่าความถี่ในการโฆษณายา (ร้อยละ 37.55) ผลิตภัณฑ์ที่มีความถี่ในการโฆษณาสูงสุด คือ ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ (ร้อยละ 32.25) รูปแบบของการโฆษณาพบว่า มีการเปิด สปอตโฆษณาสูงสุด (ร้อยละ 62.45) รองลงมา เป็นนักจัดรายการพูดโฆษณา (ร้อยละ 25.30) ความถูกต้องของเนื้อหาตาม พรบ.ยา 2510 พบ ร้อยละ 50 ที่ข้อความโฆษณาไม่ถูกต้องตามกฎหมายและพบข้อความที่มีการฝ่าฝืน พรบ.อาหาร 2522 ทุกข้อความ **สรุปผล:** ปัญหาจากการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงระบบการเฝ้าระวังที่ไม่เข้มแข็ง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ควรร่วมมือกันสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาทางสื่อวิทยุโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อลดปัญหาจากการโฆษณา และควรมีการพัฒนากระบวนการเฝ้าระวังการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาทางวิทยุให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: สถานีวิทยุ, โฆษณา, โฆษณาอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา

Abstract

The Situation of Radio Advertisement of Drug and Food Claimed as Drug in Phraibung Municipality, Sisaket Province.

Lomas K^{1*}, Chanthapasa K²

Introduction: There is a tendency for consumption expenditure to increase when compared to Western developed countries. One of the factors is that people buy medicine from grocery shops without a doctor's prescription which is influenced by pharmaceutical description and information given via radio broadcasting. **Methods:** This study conducted cross-sectional surveys by recording audio information broadcast on 8 FM wavelength in Phraibung Municipality. For each station chosen,

¹ ฝ่ายเภสัชกรรมชุมชน โรงพยาบาลไพรบึง อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ 33180

² คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

¹ Pharmacy Department, Phraibung Hospital, Phraibung District, Sisaket Province 33180, Thailand

² Faculty of Pharmaceutical Sciences, Khon Kaen University.

*Corresponding author: Tel: 045-675-067, Fax: 045-675-131, Email: noojane_lomas@hotmail.com



all programs were tape-recorded on the basis of two-day station recording. Content analysis was used to analyze in detail the contents of advertisements especially on drug and food claimed as drug. Details regarding frequency, pattern of advertisement, claims, warning messages, administration procedures, were focused on to show the situation of these advertisements and magnitude and profile of false and or misleading advertisement content. **Results:** This study found that 25 products were advertised. The majority (68%) of products were drug product. In regarding to frequency of advertisements, food advertising (62.45%) was more frequent than drug (37.55%). For the pattern of advertising, it was found that 62.45% of the advertisements were spot advertising which used to open during regular radio advertising breaks, 25.30% involved a DJ advertising the products. According to the correction of content, based on the Compilation of Laws on Drug in 1967 it was found that the number of advertisements with false and exaggerating description was 50%. According to the Compilation of Laws on Food in 1979, it was found that 100% of these advertisements were presented with misleading advertisement content, as claimed as pharmaceutical properties. **Conclusion:** This study pointed out that both the FDA and provincial health offices should be find the cooperation from stakeholder to reduce these problems, as well as try to strengthen the monitoring system of drug and food advertisements.

Keywords: radio station, drug advertisement, food claimed as drug advertisement,

บทนำ

ยาและอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน ยาเป็นสินค้าอย่างหนึ่งที่มีการผลิตและนำเสนอขายให้กับผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง จากข้อมูลการวิเคราะห์มูลค่าการบริโภคยาในประเทศไทย พ.ศ. 2548 พบว่า การบริโภทยาของคนไทยมีมูลค่าประมาณ 103,517 ล้านบาท ในราคาขายส่ง หรือประมาณ 186,331 ล้านบาท ในราคาขายปลีก คิดเป็นประมาณร้อยละ 42.8 ของค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพทั้งหมด นับว่ามีมูลค่าสูงกว่าประเทศทางตะวันตกหรือกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งค่าใช้จ่ายด้านยาของประเทศกลุ่มนี้มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 10-20 เท่านั้น มูลค่าการบริโภคนี้อัตราสูงกว่าอัตราการเพิ่มของรายจ่ายด้านสุขภาพและอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข, 2550) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นว่า ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาการบริโภทยาที่มากเกินไป ความจำเป็นเมื่อเทียบกับภาวะเศรษฐกิจสังคมและการพัฒนาระบบสาธารณสุขนี้ พบว่า 1 ใน 3 ของมูลค่าการบริโภทยาของประเทศไทยเป็นการใช้จ่ายโดยไม่ผ่านการตัดสินใจของบุคลากรทางการแพทย์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เป็นการซื้อยากินเองของประชาชนโดยอาศัยคำแนะนำจากญาติ เพื่อน หรือการโฆษณา (Sakulbambungsil, 2004) ปัจจุบันเมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารมีความทันสมัยมากขึ้น ทำให้สื่อโฆษณามีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นเงาตามตัว สื่อวิทยุนับเป็นสื่ออีก

ประเภทหนึ่งที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่ายทั้งในเมืองใหญ่และในชนบท การโฆษณาทางสื่อวิทยุสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกระดับ ทุกเวลา (Kittisopee *et al.*, 2005) ในปัจจุบันสื่อวิทยุชุมชนมีแพร่หลายกว่า 7,709 สถานี (Wilailerd, 2011) ครอบคลุมทุกพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นเมืองใหญ่หรือในชนบท มีการโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพทางวิทยุชุมชนจำนวนมาก จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ข้อความโฆษณาที่พบบนข่ายผิดกฎหมายโฆษณาและอาหารค่อนข้างสูง หากผู้บริโภคได้รับข้อมูลเหล่านี้จากสื่อแล้วหลงเชื่อ อาจทำให้เกิดความเสียหายและเกิดอันตรายต่อสุขภาพผู้บริโภคได้ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสถานการณ์การโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาทางสื่อวิทยุในเขตเทศบาลตำบลไพรบึง อ.ไพรบึง จ.ศรีสะเกษ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ผู้วิจัยปฏิบัติงาน เพื่อให้ทราบสถานการณ์การโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบการเฝ้าระวังการโฆษณาและอาหารทางสื่อวิทยุต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง (Cross-Sectional Survey Study) เพื่อศึกษาสถานการณ์การโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาทางสื่อวิทยุในเขต



เทศบาลตำบลไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ เก็บข้อมูลระหว่างเดือน
กรกฎาคม-ธันวาคม 2553

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ข้อความโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา
(โดยรวมทั้งการเปิดสปีดโฆษณาและการพูดสด) จำนวน 49
ข้อความ

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ประกอบด้วย 1)แบบ
บันทึกเนื้อหาโฆษณาทางสื่อวิทยุ 2)แบบประเมินความถูกต้อง
ของเนื้อหาการโฆษณา 3)แบบประเมินความถูกต้องของ
เนื้อหาการโฆษณาอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา และ 4)
แบบบันทึกความถี่ในการโฆษณา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลโดยการบันทึกเสียงการออกอากาศของวิทยุ
ทุกรายการตั้งแต่เปิดจนกระทั่งปิดสถานีเป็นเวลา 2 วัน คือวัน
พฤหัสบดี และวันอาทิตย์ (ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย) หลังจาก
นั้นทำการถอดข้อความจากเทปแล้วบันทึกเนื้อหาโฆษณาลงใน
แบบประเมินการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ความถี่ของ
การโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา รูปแบบของ
การโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา และจำแนก
ตามประเภทความผิดตามกฎหมาย

การประเมินการโฆษณา

1. ตรวจสอบประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ทำการโฆษณา
ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใด (ยา /อาหาร) จาก Website
<http://www.wapp1.fda.moph.go.th/consumer/conframe.asp>
2. ประเมินเนื้อหาโฆษณาตามแบบประเมินความ
ถูกต้องของเนื้อหาการโฆษณา และอาหาร
3. ตรวจสอบข้อความโฆษณา/อาหาร ที่ปรากฏกับ
ข้อความโฆษณา/อาหารที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงาน
สาธารณสุขจังหวัดศรีสะเกษ

ผลการศึกษาวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของสถานีวิทยุ

สถานีวิทยุที่เขตเทศบาลตำบลไพรบึงสามารถรับคลื่น
ได้ชัดเจน พบว่ามีจำนวนทั้งหมด 8 สถานี แบ่งเป็นสถานีวิทยุ
ชุมชน 6 สถานี สถานีวิทยุขององค์การสื่อสารมวลชนแห่ง
ประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) 1 สถานี และสถานีวิทยุกระจายเสียง
แห่งประเทศไทยจังหวัดศรีสะเกษ 1 สถานี ในส่วนของการ

ออกอากาศ สถานีวิทยุส่วนใหญ่จะเริ่มออกอากาศที่ช่วงเวลา
ระหว่าง 04.00-05.00 น. และปิดสถานีในช่วงเวลาระหว่าง 22.00-
23.00 น.

2. ประเภทของผลิตภัณฑ์ยาและอาหารที่แสดงสรรพคุณ เป็นยาที่มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ

สำหรับข้อมูลการโฆษณาและอาหารที่แสดง
สรรพคุณเป็นยาผ่านทางสื่อวิทยุ พบว่า เป็นยาจำนวน 17
รายการ (ร้อยละ 68) และเป็นอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา
จำนวน 8 รายการ (ร้อยละ 32) ผลิตภัณฑ์ยาที่มีการโฆษณา
ทางสื่อวิทยุ แบ่งเป็นกลุ่มยาใหญ่ๆ ได้ 2 กลุ่ม คือ ยาแผน
โบราณ/ยาสมุนไพร และยาแผนปัจจุบัน โดยยาแผนโบราณ/ยา
สมุนไพร ที่พบมาก คือยาสำหรับสุขภาพบุรุษ/สุขภาพสตรี (ร้อยละ
23.54) ส่วนยาแผนปัจจุบันที่พบมากคือ ยาบารุง (ร้อยละ
17.65) และยาใช้ภายนอก (ร้อยละ 17.65)

ในส่วนของอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาที่มีการ
โฆษณาทางสื่อวิทยุ แบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 4 กลุ่ม คือกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ (ร้อยละ 37.50) กลุ่มผลิตภัณฑ์
ควบคุมน้ำหนัก/ดูแลผิวพรรณ (ร้อยละ 25.00) กลุ่มผลิตภัณฑ์
ปรับสมดุลร่างกาย/สร้างภูมิคุ้มกันต้านทานโรคเรื้อรัง (ร้อยละ
25.00) และกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมฮอร์โมนสำหรับสุขภาพสตรี (ร้อย
ละ 12.50)

3. ความถี่ในการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณ เป็นยาทางสื่อวิทยุ

จากการเก็บข้อมูลการโฆษณาและอาหารผ่านทาง
สื่อวิทยุ พบว่า เป็นผลิตภัณฑ์ยา จำนวน 17 รายการ (ร้อยละ
68) มีจำนวนมากกว่าผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งพบเพียง 8 รายการ
(ร้อยละ 32) แต่ข้อมูลด้านความถี่ในการโฆษณากลับพบว่า
ผลิตภัณฑ์อาหารมีการโฆษณาสูงสุดถึง 153 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ
62.45 ของความถี่การโฆษณาทั้งหมดและผลิตภัณฑ์ยามีการ
โฆษณาเพียง 92 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 37.55 ของความถี่การ
โฆษณาทั้งหมด

3.1 ความถี่ในการโฆษณาแยกตามคลื่นความถี่ และวันที่ออกอากาศ

ในภาพรวมพบว่า สถานีวิทยุส่วนใหญ่เป็นวิทยุชุมชน
ถึง ร้อยละ 75 มีการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็น
ยาทางคลื่นวิทยุชุมชนถึง ร้อยละ 83.67 พบว่าวันอาทิตย์ซึ่งเป็น
วันหยุดมีความถี่ในการโฆษณา (ร้อยละ 60.41) มากกว่าวัน
พฤหัสบดีซึ่งเป็นวันราชการ (ร้อยละ 39.59) สำหรับคลื่นวิทยุที่
เป็นของส่วนราชการนั้น ไม่พบการโฆษณาและอาหารที่แสดง
สรรพคุณเป็นยา



3.2 ความถี่ในการโฆษณาแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีการโฆษณา

ในส่วนความถี่ของการโฆษณาทางสื่อวิทยุ พบว่า มีการโฆษณาตามแผนโบราณ/สมุนไพรทั้งหมด 51 ครั้ง (ร้อยละ 55.43) ซึ่งสูงกว่ายาแผนปัจจุบัน (ร้อยละ 44.57) และประเภทยาที่พบว่ามีโฆษณาสูงสุด คือ ยาแผนโบราณสำหรับบุรุษและสตรี ซึ่งมีความถี่ถึง 39 ครั้ง (ร้อยละ 42.39) โดยเนื้อหาของโฆษณาของกลุ่มนี้มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสุขภาพบุรุษและสุขภาพสตรี

ตัวอย่างข้อความโฆษณาตามแผนโบราณ/สมุนไพรสำหรับกลุ่มสุขภาพบุรุษ

"ยาน้ำสมุนไพร.....ปรับสมดุลเลือดลม ทำให้เกิดความกระฉับกระเฉง กระชุ่มกระชวย สมชายชาตรี รับประทานเป็นประจำ จะทำให้ท่านชายสบายใจในเรื่องสุขภาพ มีพลังแข็งแรง มั่นใจแม้จะมีศึกใหญ่ขวางหน้าก็ควมมาสู่ตาย" (สปอตโฆษณาตามแผนโบราณ/สมุนไพร สถานีวิทยุ 96.25 MHz)

และในกลุ่มสุขภาพสตรี จะโฆษณาสรรพคุณในแง่บำรุง/เสริมฮอร์โมนในเพศหญิงเพื่อให้ผู้หญิงกลับมาเป็นสาวอีกครั้ง และแก้ปัญหาอื่น ๆ สำหรับผู้หญิง เช่น ภาวะประจำเดือนไม่ปกติ ปวดประจำเดือน ภาวะอารมณ์ทางเพศเสื่อมถอย ภาวะหมดประจำเดือน

ตัวอย่างข้อความโฆษณาตามแผนโบราณ/สมุนไพรสำหรับกลุ่มสุขภาพสตรี

"สมุนไพรว่านรากสามสิบ สาวร้อยผิว ผู้ไม่เคยกลัวกับทุกปัญหาของสุขภาพสตรี บำรุงเลือด บำรุงร่างกาย ผิวพรรณเปล่งปลั่งมีน้ำมีนวล ขับน้ำคาวปลาแทนการอยู่ไฟ บำรุงฮอร์โมนเพศหญิง อารมณ์แจ่มใส มัดใจสามี" (สปอตโฆษณาตามแผนโบราณ/สมุนไพร สถานีวิทยุ 96.25 MHz)

ในส่วนความถี่ของการโฆษณาอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาทางสื่อวิทยุ พบว่า มีการโฆษณาอาหารประเภทผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพสูงสุด คือ 79 ครั้ง (ร้อยละ 51.64) รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก/ดูแลผิวพรรณ (ร้อยละ 32.68) และลำดับที่ 3 เป็นผลิตภัณฑ์เสริมฮอร์โมนสำหรับสตรี (ร้อยละ 13.07) สำหรับเนื้อหาของโฆษณาผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ มุ่งเน้นสรรพคุณเสริมสร้างร่างกายให้มีสุขภาพดีขึ้น

ตัวอย่างข้อความโฆษณาอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา

"กว่า 17 ปีกับสุดยอดผลิตภัณฑ์ที่ถูกให้การยอมรับกับคุณภาพที่เป็น 1 ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสารสกัดของเหลวจากพฤษาสมุนไพรธรรมชาติมากกว่า 20 ชนิด จากทุกมุมโลก

มารวมกันไว้ในขวดเดียวกัน ส่วนผสมของน้ำผลไม้เข้มข้น ลูกแพร์เพื่อสุขภาพ ด้วยคุณภาพของผลิตภัณฑ์จึงช่วยส่งเสริมภูมิคุ้มกันในร่างกาย ต้านอนุมูลอิสระ ขับของเสียออกจากร่างกาย ส่งผลผู้ที่มีปัญหาทางร่างกายให้มีสุขภาพดีขึ้น" (สปอตโฆษณาผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ สถานีวิทยุ 88.70)

เมื่อเปรียบเทียบความถี่รวมของการโฆษณาและอาหารทางสื่อวิทยุแล้ว พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความถี่ในการโฆษณาสูงสุด 2 อันดับแรกเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ (ร้อยละ 32.25) รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก/ดูแลผิวพรรณ (ร้อยละ 20.41) และอันดับ 3 เป็นผลิตภัณฑ์ยา ได้แก่ ยาแผนโบราณสำหรับสุขภาพบุรุษและสุขภาพสตรี (ร้อยละ 15.93)

4. รูปแบบการโฆษณาทางสื่อวิทยุ

สำหรับการโฆษณาและอาหารผ่านทางสื่อวิทยุ นั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการโฆษณาก็คือนักจัดรายการวิทยุ ซึ่งรูปแบบของการโฆษณานั้น พบว่ามี 4 รูปแบบ ดังนี้

4.1 การเปิดสปอตโฆษณา โดยนักจัดรายการวิทยุจะเป็นผู้เปิดสปอตโฆษณาในขณะจัดรายการ พบว่า การเปิดสปอตโฆษณามีความถี่สูงสุด คือ 153 ครั้ง (ร้อยละ 62.45)

4.2 นักจัดรายการพูดโฆษณา โดยนักจัดรายการวิทยุจะพูดเสริมเพื่อมุ่งหวังโฆษณาผลิตภัณฑ์นั้นในระหว่างการจัดรายการ รวมถึงการพูดโฆษณาร่วมกับการเปิดสปอตโฆษณา พบว่า การโฆษณารูปแบบนี้มีความถี่ 62 ครั้ง (ร้อยละ 25.30) ซึ่งถือว่าสูงเป็นอันดับ 2 รองจากการเปิดสปอตโฆษณา

4.3 นักจัดรายการพูดโฆษณาร่วมกับการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยนักจัดรายการจะเปิดสายให้ทางบ้านผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ โทรเข้ามาเพื่อบรรยายสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ว่าดียังไง ใช้ได้ผลในการรักษาโรคอะไรบ้างซึ่งในแง่ผลการรักษาจะบรรยายเป็นเชิงบวกทุกราย พบความถี่ 30 ครั้ง (ร้อยละ 12.25) ซึ่งถือว่าเป็นอันดับ 3

5. ความถูกต้องตามกฎหมายของข้อความที่ใช้โฆษณา

การวิเคราะห์ความถูกต้องในแง่กฎหมายของข้อความที่ใช้โฆษณา จำนวนทั้งหมด 49 ข้อความ ซึ่งประกอบด้วยข้อความโฆษณา 28 ข้อความ (ร้อยละ 57.14) และข้อความโฆษณาอาหาร 21 ข้อความ (ร้อยละ 42.86)

5.1 ประเมินจากข้อความทั้งหมดที่ไม่ซ้ำกันจำนวน 49 ข้อความ

การวิเคราะห์ความถูกต้องตามกฎหมายของเนื้อหาที่ใช้ในการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาโดยประเมินจากข้อความทั้งหมดที่ไม่ซ้ำกัน ในส่วนของการโฆษณา

ยาทั้งหมด 28 ข้อความนั้น พบว่ามีข้อความที่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 จำนวน 14 ข้อความ (ร้อยละ 50) ซึ่งมีจำนวนเท่ากับกับข้อความที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 (ร้อยละ 50) ในขณะที่การโฆษณาอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา จำนวน 21 ข้อความ พบข้อความโฆษณาที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ทั้งหมดทุกข้อความ คิดเป็นร้อยละ 100 ในภาพรวมของการโฆษณาทั้งหมด 49 ข้อความ พบข้อความที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ร้อยละ 71.43 ซึ่งมากกว่าข้อความที่ถูกต้องตามกฎหมาย ร้อยละ 28.57

ประเด็นความผิดในการโฆษณา พบว่า มีการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 จำนวน 14 ข้อความ แบ่งตามความผิดได้ดังนี้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงประเด็นความผิดในการโฆษณา (ฝ่าฝืน 14 ข้อความ) ตามมาตราที่เกี่ยวข้องใน พรบ.ยา พ.ศ. 2510

มาตราตาม พรบ.	จำนวน	ร้อยละ
ยา 2510	ความผิด	
มาตรา 88	11	40.74
มาตรา 88 ทวิ	14	51.85
มาตรา 89	2	7.41
รวม	27	100

ส่วนประเด็นความผิดในการโฆษณาอาหาร พบว่า มีการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ทุกข้อความทั้งหมด 21 ข้อความ แบ่งตามความผิดได้ดังนี้

ฝ่าฝืนมาตรา 40 เป็นความผิดกรณีโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร พบจำนวนความผิด 16 ข้อความ คิดเป็น ร้อยละ 43.24

ฝ่าฝืนมาตรา 41 เป็นความผิดกรณีโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาต พบจำนวนความผิด 21 ข้อความ คิดเป็น ร้อยละ 56.76

5.2 ประเมินจากความถี่ของการโฆษณา จำนวน 245 ข้อความ

การวิเคราะห์ความถูกต้องตามกฎหมายของเนื้อหาที่ใช้ในการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาโดยประเมินจากความถี่ของการโฆษณา พบว่า ความถี่ของการโฆษณาทั้งหมด 92 ครั้ง พบข้อความที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 จำนวน 53 ข้อความ (ร้อยละ 57.61) ในขณะที่ความถี่ของการโฆษณาอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาทั้งหมด 153 ครั้ง มีการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ทุกครั้ง (ร้อยละ 100) สำหรับภาพรวมของการโฆษณาทั้งหมด พบการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติทั้งหมด 206 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 84.08

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากข้อมูลสถานการณ์การโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาทางสื่อวิทยุเขตเทศบาลตำบลไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาจากการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาทางสื่อวิทยุซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าสถานีวิทยุส่วนใหญ่เป็นสถานีวิทยุชุมชน (ร้อยละ 75) และมีความถี่ในการโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาสูงสุด (ร้อยละ 83.67) ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ผิดกฎหมายถึงร้อยละ 97.09 ในขณะที่สถานีวิทยุภาครัฐหรือสังกัดส่วนราชการไม่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์) เมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการโฆษณาระหว่างกลุ่มยาแผนปัจจุบันและกลุ่มยาแผนโบราณ/สมุนไพรแล้ว พบว่า กลุ่มยาแผนโบราณ/สมุนไพรมีความถี่ในการโฆษณา (ร้อยละ 55.43) มากกว่ากลุ่มยาแผนปัจจุบัน (ร้อยละ 44.57) ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาลำมะโนโฆษณาอาหารยา และเครื่องสำอางในวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2536 พบว่า ความถี่ในการโฆษณาแผนโบราณต่ำกว่าความถี่ในการโฆษณาแผนปัจจุบันอย่างชัดเจน (Tangchroensathien *et al.*, 1993) แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้ยาแผนโบราณ/สมุนไพรของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจากอดีต การโฆษณาอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาพบว่าผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่มน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพมีความถี่ในการโฆษณาสูงสุด (ร้อยละ 51.64) ปัญหาที่พบจากการวิเคราะห์ข้อความที่ใช้โฆษณาอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยา พบว่า มีการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ทุกข้อความ โดยประเด็นความผิดมี 2 กรณี คือ โฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาต (ร้อยละ 56.76) และโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร (ร้อยละ 56.76)

ในภาพรวมของการโฆษณาทั้งหมดพบว่า มีการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ที่ค่อนข้างสูงคิดเป็นร้อยละ 84.08 ซึ่งหมายความว่า ข้อความโฆษณาและอาหารที่แสดงสรรพคุณเป็นยาที่ถูกต้องตามกฎหมายโฆษณามีเพียงแค่ ร้อยละ 15.92 เท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

1. การดำเนินงานเพื่อเฝ้าระวังการโฆษณาและอาหารที่ผิดกฎหมายเป็นภารกิจที่ยากและมีความท้าทายสูง การดำเนินงานจะประสบความสำเร็จได้ต้องเกิดจากความร่วมมือและการขับเคลื่อนพร้อมกันหลายๆ ฝ่าย เช่น กลุ่มพนักงานเจ้าหน้าที่ กลุ่มผู้บริหารสถานีวิทยุ/นักจัดรายการวิทยุชุมชน กลุ่มเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น



2. การดำเนินงานเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อวิทยุของจังหวัดศรีสะเกษ ควรมีแนวทางการดำเนินงานของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ชัดเจนเป็นมาตรฐานเดียวกัน ขยายเครือข่ายเฝ้าระวังการโฆษณาให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งและเพิ่มภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภคในการพิจารณาโฆษณาก่อนหลงเชื่อ ควบคู่ไปกับนโยบายด้านการบังคับใช้กฎหมายให้เข้มงวดในการตรวจสอบวิทยุชุมชนให้มากขึ้น

3. ควรมีการจัดการความรู้ให้แก่ผู้บริหารสถานีวิทยุ และนักจัดรายการวิทยุ โดยเน้นไปที่วิทยุชุมชนทั้งหมด ในด้านการควบคุมกำกับกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อวิทยุ วางมาตรการดำเนินการทางกฎหมายร่วมกัน และดำเนินการตามแผนอย่างเคร่งครัดและบังคับใช้ทางกฎหมายอย่างเข้มงวด

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ต้องขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น สำหรับการสนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้

References

- Bureau of Policy and Strategy, Ministry of Public Health.
 Thailand Health Profile 2005 – 2007. Bangkok:
 The War Veterans Organization Publisher; 2007.
- Kittisoop T., Anantachoti P., Tangcharoensathien V.,
 Radio drug advertisement situation and regulation
 in Thailand. HEFP working paper 02/05, LSHTM;
 2005
- Sakulbamrungsil R. Thai National Drug Consumption for
 the year : 2000-2001. International Health Policy
 Program Thailand; 2004.
- Sangboonraung S., Self-Prescribed Medication of People
 in Congested Communities [thesis master of
 Nonformal Education]. Chiangmai:Chiangmai
 University; 2002.
- Tangchroensathien *et al.*, Survey on Radio Advertisement
 of Food, Drug and Cosmetics, 1993. Health
 System Research Institute, Ministry of Public
 Health; 1993.

Wilailerd S. A report on independence of small Thai radio
 stations in 2010: Discrimination for Limitation of
 Voice and Freedom of Small Radio Stations in
 Thailand. Champagne for Popular Media Reform
 (CPMR); 2011