

สถานการณ์ของสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok

กัญญาณัฐ จันทร์ดี¹, กวิสรา ขาตะกาญจน์¹, กิตติกานต์ มงคลศิริ², สุระรอง ชินวงศ์¹, ดุจฤดี ชินวงศ์^{1*}

¹ภาควิชาบริหารเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

²กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

* ติดต่อผู้พิมพ์: ดุจฤดี ชินวงศ์, ภาควิชาบริหารเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

E-mail: dujrudee.c@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

สถานการณ์ของสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok

กัญญาณัฐ จันทร์ดี¹, กวิสรา ขาตะกาญจน์¹, กิตติกานต์ มงคลศิริ², สุระรอง ชินวงศ์¹, ดุจฤดี ชินวงศ์^{1*}

ว. เภสัชศาสตร์อีสาน 2568;21(3): 57-73

รับบทความ: 20 สิงหาคม 2568

แก้ไขบทความ: 13 พฤศจิกายน 2568

ตอบรับ: 21 พฤศจิกายน 2568

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสถานการณ์ของสื่อที่เกี่ยวข้องกับยาในแอปพลิเคชัน TikTok ในแง่เนื้อหาและความถูกต้องตามกฎหมาย **วิธีการศึกษา:** การศึกษานี้มีรูปแบบเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลสื่อเรื่องยาที่พบในแอปพลิเคชัน TikTok จากการใช้คำสำคัญในการค้นหา ได้แก่ “ยา”, “เภสัชกรแนะนำ”, “หมอแนะนำ”, “การใช้ยา”, “ขายยา” และจากอัลกอริทึมของ TikTok จำนวน 30 สื่อ ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม พ.ศ.2567 โดยบันทึกข้อมูลเนื้อหาของยาในสื่อลงในแบบบันทึกข้อมูลและนำมาวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) หากสื่อที่บันทึกข้อมูลเป็นสื่อโฆษณา จะนำมาประเมินต่อด้านความถูกต้องในการโฆษณาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 **ผลการศึกษา:** ตัวอย่างสื่อเรื่องยาใน TikTok จำนวน 30 สื่อ เป็นสื่อโฆษณา 21 สื่อ สื่อให้ความรู้ 9 สื่อ ผู้นำเสนอสื่อส่วนใหญ่แสดงตนว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์ 21 สื่อ (ร้อยละ 70) และประเภทของยาที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดคือ ยาอันตราย 18 สื่อ (ร้อยละ 58) เมื่อจำแนกประเภทของยาตามข้อบ่งใช้ กลุ่มยาที่พบมากที่สุดคือกลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ เช่น ยาฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ยาฆ่าเชื้อรา ยาถ่ายพยาธิ 10 สื่อ (ร้อยละ 29.4) และสื่อส่วนใหญ่มีความยาวนานน้อยกว่า 1 นาที (ร้อยละ 53.3) ด้านความถูกต้องตามกฎหมาย พบว่าสื่อที่มีวัตถุประสงค์โฆษณาทั้ง 21 สื่อ ไม่พบการแสดงเลขที่ใบอนุญาตในสื่อ ดังนั้นทุกสื่อจึงเข้าข่ายฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มาตรา 88 ทวิ (1) กล่าวคือเป็นการโฆษณาโดยมิได้รับอนุญาต **สรุป:** สื่อเรื่องยาใน TikTok ส่วนใหญ่เป็นสื่อโฆษณา ทุกสื่อโฆษณาเข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมายการโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาต จึงอาจส่งผลกระทบต่อความเข้าใจและพฤติกรรมการใช้ยาของประชาชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรควบคุมการเผยแพร่สื่อเรื่องยา เพื่อป้องกันการเผยแพร่ข้อมูลด้านยาที่ไม่ถูกต้องแก่ประชาชน

คำสำคัญ: TikTok, สื่อเรื่องยา, โฆษณา



Situation of media about medications on TikTok

Kanyanat Chanthorndee¹, Kawisara Chatakarn¹, Kittikarn Mongkolsiri², Surarong Chinwong¹, Dujrudee Chinwong^{1*}

¹Department of Pharmaceutical Care, Faculty of Pharmacy, Chiang Mai University

²Consumer Protection and Pharmaceutical Department, Chiang Mai Provincial Public Health Office

*Corresponding author: Dujrudee Chinwong, Department of Pharmaceutical Care, Faculty of Pharmacy, Chiang Mai University

E-mail: dujrudee.c@cmu.ac.th

Abstract

Situation of media about medications on TikTok

Kanyanat Chanthorndee¹, Kawisara Chatakarn¹, Kittikarn Mongkolsiri², Surarong Chinwong¹, Dujrudee Chinwong^{1*}

IJPS, 2025; 21(3): 57-73

Received: 20 August 2025

Revised: 13 November 2025

Accepted: 21 November 2025

The objective of this study is to explore the situation of medication-related media on TikTok in terms of content and legal compliance. **Methodology:** This study was conducted as a qualitative study. Medication-related media on TikTok were collected using Thai Search keywords including “medicine”, “pharmacist recommendation”, “doctor recommendation”, “use of medicine”, “selling medicine” and TikTok’s algorithm. A total of 30 media samples were collected between November and December 2024. The content of each post was recorded in a structured data collection form and analyzed using Qualitative Content Analysis. If the collected post was identified as an advertisement, it was further assessed for legal compliance with the Drug Act B.E. 2510 (1967). **Results:** A total of 30 medication-related TikTok media were analyzed, comprising 21 advertisements and 9 educational videos. Most presenters (21 videos, 70%) identified themselves as healthcare professionals. Dangerous drugs were the most frequently mentioned category (18 videos, 58%), with anti-infective agents such as antibacterial, antifungal, and antiparasitic drugs being the most common indication group (10 videos, 29.4%). Most videos were under one minute in duration (16 videos, 53.3%). None of the advertisements displayed a license number, thus all violated Section 88 (1) of the Drug Act B.E. 2510 (1967) prohibiting unauthorized drug advertising. **Conclusion:** Most medication-related media on TikTok are advertisements that violate regulations on unauthorized drug promotion. As they are not reviewed before publication, they may affect public understanding and medication-related behaviors. Authorities should regulate such media to prevent the spread of inaccurate health information.

Keywords: TikTok, Medication-related media, Medication advertisement

บทนำ

แอปพลิเคชัน TikTok เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการสร้างสรรค์และเผยแพร่วิดีโอในความยาวสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาชม ซึ่งภายในแอปพลิเคชัน TikTok ประกอบด้วยสื่อที่มีทั้งเสียง ภาพนิ่ง วิดีโอ และกราฟิกสำหรับการตกแต่ง ทำให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างสรรค์วิดีโอตามความสนใจของตนเอง (Fillgoods Technology Co. L., 2022) นอกจากนี้ เจ้าของบัญชีสามารถตั้งค่าให้มีสัญลักษณ์ตะกร้าสินค้าจากสื่อสั้น ๆ เพื่อหากผู้ได้รับสื่อสนใจ สามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้ โดยในปัจจุบันแอปพลิเคชัน TikTok ได้กลายเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย โดยมีผู้ใช้งานถึงร้อยละ 78.2 ในปี พ.ศ. 2566 (Meltwater and We are social, 2023) โดยสื่อต่าง ๆ ในแอปพลิเคชัน TikTok นำเสนอข้อมูลทั้งในด้านความบันเทิง ความรู้ ข่าวสารในปัจจุบัน รวมถึงผู้มีแนวโน้มที่ใช้งานในการรับข้อมูลสุขภาพ (Song et al., 2020) จากความสะดวกในการเข้าถึงและเผยแพร่ข้อมูลนี้ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างอิสระ ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาในด้านความถูกต้องของข้อมูลและความถูกต้องทางกฎหมาย โดยเฉพาะข้อมูลด้านสุขภาพและยาจากการศึกษาของ O'Sullivan NJ (2022) พบว่ามีเพียงร้อยละ 22.2 ของวิดีโอให้ข้อมูลที่ตรงตามแนวทางเวชปฏิบัติของ European Association of Urology โดยไม่มีวิดีโอใดเลยที่อ้างอิงหลักฐานทางวิชาการ อีกทั้งวิดีโอทั้งหมดมียอดเข้าชมรวมมากกว่า 6.5 ล้านครั้ง ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจด้านสุขภาพที่ผิดพลาดของผู้ได้รับสื่อและอาจนำไปสู่การใช้ยาในทางที่ผิด (O'Sullivan et al., 2022)

งานวิจัยในประเทศไทยที่ผ่านมาได้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย โดยจากการศึกษาการโฆษณาออนไลน์ปี พ.ศ. 2562 ในประเทศไทยจำนวน 500 ตัวอย่าง พบว่าเป็นการโฆษณาถึงร้อยละ 90.2 และร้อยละ 83.4 เป็นโฆษณาที่ผิดกฎหมาย โดยประเภทที่พบโฆษณาผิดกฎหมายมากที่สุดคือ ยาสามัญที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือควบคุมพิเศษ (ร้อยละ 45.9) รองลงมาคือ ยาอันตราย (ร้อยละ 22.4) ช่องทางที่ตรวจพบโฆษณาผิดกฎหมายสูงสุดคือ เว็บไซต์ e-marketplace (ร้อยละ 45.2) รองลงมาคือร้านขายยาออนไลน์ (ร้อยละ 35.4) และ social media (ร้อยละ 13.0) ซึ่งลักษณะความผิดของการโฆษณาเป็นการโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มาตรา 88 ทวิ (1) หรือการโฆษณาไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตตาม มาตรา 88 ทวิ (2) ร้อยละ 100 (Kumnooy P, 2020) ซึ่งสะท้อนว่าสื่อออนไลน์เป็นแหล่งสำคัญของการโฆษณาที่ผิดกฎหมายและเสี่ยงต่อผู้บริโภค

นอกจากนี้ ปัญหาการโฆษณาที่ผิดกฎหมายทางสื่อวิทยุ ใน 2 อำเภอของจังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือของประเทศไทย ในช่วงเดือนกันยายนถึงตุลาคม 2557 พบว่ามีกรณีโฆษณาที่ผิดกฎหมาย 37 ชิ้นจากโฆษณาแผนปัจจุบันทั้งหมด 50 ชิ้น โดยพบข้อห้ามที่มีการฝ่าฝืนมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย การโฆษณาโดยใช้อวดสรรพคุณของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์ หรือหายขาด หรือการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง และการโฆษณาชักชวนให้ผู้บริโภคใช้ยาอย่างพร่ำเพรื่อเกินความจำเป็นหรือทำให้เข้าใจว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้บริโภคเป็นประจำ ซึ่งอาจทำให้เกิดพฤติกรรม การใช้ยาที่ไม่เหมาะสมและเกิดอันตรายต่อผู้บริโภค (Mahaprom et al., 2019)

ในปัจจุบันช่องทางการเผยแพร่สื่อเรื่องยามีช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง TikTok สื่อที่นำเสนอเรื่องยาใน TikTok มีทั้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และในขณะเดียวกันก็มีข้อมูลที่ผิดพลาด รวมถึงมีสื่อที่เข้าข่ายเป็นการโฆษณา โดยจากการสำรวจโดยผู้วิจัยเบื้องต้น ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 ถึง มกราคม พ.ศ. 2567 พบตัวอย่างสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok จำนวน 3 สื่อดังนี้ สื่อที่ 1 เป็นวิดีโอสั้นกล่าวถึงยา N-Acetylcysteine 600 mg โดยสามารถทำการกดที่สัญลักษณ์ตะกร้าสินค้าที่สามารถนำไปสู่การซื้อสินค้าที่นำเสนอบนวิดีโอได้ รวมถึงมีการบอกสรรพคุณว่าสามารถทำให้ผิวกระจ่างใส ลดสิวจุดต้น ลดการอักเสบของสิว ซึ่งอาจนำไปสู่การเข้าใจผิดเกี่ยวกับข้อบ่งใช้ของยาที่ถูกต้อง ในสื่อที่ 2 มีการกล่าวถึงยา cetirizine และ tramadol ในชื่อการค้าหนึ่งและระบุข้อความประกอบวิดีโอว่า “พร้อมส่งทั่วไทย” เป็นการขายยาอันตรายแบบผิดกฎหมายและอาจนำไปสู่การใช้ยาในทางที่ผิด ทั้งสื่อที่ 1 และ 2 ต่างกล่าวถึงชื่อการค้าและสามารถนำไปสู่การซื้อยาได้จึงเข้าข่ายเป็นการโฆษณา ซึ่งเมื่อพิจารณาในด้านกฎหมาย หากสื่อเหล่านี้ไม่ได้รับการอนุญาตโฆษณาทำให้สื่อเหล่านี้เข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมาย นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาที่ไม่มีมีความถูกต้องทางวิชาการ เช่น N-Acetylcysteine เป็นยาที่มีข้อบ่งใช้สำหรับละลายเสมหะ แต่มีการนำเสนอข้อมูลว่าตัวยาทำให้ผิวกระจ่างใส ลดสิวจุดต้น ลดการอักเสบของสิว ทำให้ผู้บริโภคอาจเกิดความเข้าใจผิดและซื้อยามาใช้เอง ทำให้ได้รับยาที่ไม่เหมาะสมกับตนเองหรือโรคที่เป็นอยู่และเกิดอันตรายได้ ในทางตรงกันข้ามสื่อที่ 3 ผู้นำเสนอสื่อที่แสดงตนว่าเป็นแพทย์ตอบคำถามและให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีรับประทานยาต้านซึมเศร้าอย่างถูกต้อง ซึ่ง

ไม่ได้เข้าช่วยการโฆษณาแต่เป็นการให้ความรู้ต่อประชาชน ไม่มีการระบุชื่อการค้า และเนื้อหาไม่มีความถูกต้อง สื่อในลักษณะนี้อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่กำลังใช้ยาดังกล่าว ในกรณีสื่อที่เข้าช่วยเป็นการโฆษณาอาจมีหน่วยงานภาครัฐกำกับดูแล หากผู้ใดที่ต้องการโฆษณาจะต้องได้รับการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก่อน และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มาตรา 88, 89, 90 (Drug Act, 1967) ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยา พ.ศ. 2545 (Food and Drug Administration, 2002) และประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง โรคหรืออาการของโรคที่ห้ามโฆษณาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกัน (Ministry of Public Health, 1977)

การศึกษาสถานการณ์การเผยแพร่ข้อมูลเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok ในปัจจุบันโดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทยยังมีไม่มาก รวมถึงยังขาดข้อมูลในด้านลักษณะเนื้อหาที่พบในสื่อและความถูกต้องทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับยาในแพลตฟอร์มนี้ได้อย่างครอบคลุม ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสถานการณ์ของสื่อที่เกี่ยวข้องกับยาในแอปพลิเคชัน TikTok ในแง่เนื้อหาและความถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะนำไปสู่การพัฒนาแนวทางในการเผยแพร่ข้อมูลด้านยาที่ถูกต้องและปลอดภัยยิ่งขึ้น

วิธีการดำเนินการ

การศึกษานี้ผ่านการรับรองโครงการวิจัยที่เกี่ยวกับมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2567 เอกสารรับรองเลขที่ 019/2567/E

รูปแบบการศึกษาและเกณฑ์การคัดเลือกสื่อ

การศึกษานี้มีรูปแบบเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ผู้วิจัยทำการศึกษาสื่อเรื่องยาจำนวน 30 สื่อในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม 2567 โดยมีเกณฑ์คัดเลือกสื่อเรื่องยา ได้แก่ 1) สื่อในรูปแบบวิดีโอ ภาพ เสียง และข้อความที่มีเนื้อหาใด ๆ ที่กล่าวถึงเรื่องยา 2) สื่อที่แสดงในแอปพลิเคชัน TikTok ของผู้วิจัย 3) คำสำคัญ ได้แก่ “ยา”, “เภสัชกรแนะนำ”, “หมอแนะนำ”, “การใช้ยา”, “ขายยา” และ 4) การแสดงผ่านอัลกอริทึมของ TikTok โดยอัลกอริทึมของ TikTok จะช่วยให้ผู้ใช้งานเห็นสื่อที่ตรงกับความสนใจหรือการค้นหาของตัวเอง ซึ่งจะประเมินจากพฤติกรรมการใช้งาน เช่น การมีส่วนร่วมกับสื่อ (การกดถูกใจ, การ

แสดงความคิดเห็น), ที่อยู่และภาษา, ระยะเวลาการดูสื่อ แล้วนำเสนอวิดีโอที่ผู้ใช้งานกำลังมองหาหรือให้ความสนใจเป็นพิเศษ (NIPA, 2024)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1) สถานการณ์ คือ สถานการณ์ของสื่อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok โดยศึกษารายละเอียดและภาพรวมทั้งในแง่เนื้อหาและความถูกต้องตามกฎหมายประเทศไทย

2) ความถูกต้องตามกฎหมาย คือ ความถูกต้องตามหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มาตรา 88, 89, 90 โดยมีเนื้อหาในด้านการห้ามโฆษณาขายยาโดยทั่วไป การได้รับอนุญาตโฆษณา และข้อกำหนดและเงื่อนไขในการโฆษณา รวมถึงระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยา พ.ศ. 2545 และประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง โรคหรืออาการของโรคที่ห้ามโฆษณาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกัน

3) สื่อเรื่องยา คือ สื่อในรูปแบบวิดีโอ ภาพ เสียง และข้อความที่มีเนื้อหาเป็นภาษาไทย ที่กล่าวถึงเรื่องยา ซึ่งเป็นไปตามนิยามของพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 (Drug Act, 1967) โดยไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น สื่อที่กล่าวถึงเรื่องอื่นเป็นหลัก แม้จะมียาเป็นองค์ประกอบในสื่อแต่ไม่ได้กล่าวถึงข้อมูลที่เกี่ยวกับยาดังกล่าว เช่น ละครสั้น การให้ความรู้ด้านอื่น ๆ เป็นต้น

4) สื่อโฆษณา คือ สื่อเรื่องยาที่มีการแสดงผลผลิตภัณฑ์ที่มีการค้าปรากฏอยู่ในสื่อ การบรรยายของผู้นำเสนอสื่อมีการกล่าวถึงชื่อการค้าของยา และการระบุชื่อการค้าของยาในข้อความบรรยายภายในหรือด้านล่างรูปภาพหรือวิดีโอ

5) สื่อให้ความรู้ คือ สื่อเรื่องยาที่ไม่มีการปรากฏของชื่อการค้าให้เห็นบนผลิตภัณฑ์ยา การบรรยายของผู้นำเสนอสื่อไม่มีการกล่าวถึงชื่อการค้าของยา และไม่มีการระบุชื่อการค้าของยาในข้อความบรรยายภายในหรือด้านล่างรูปภาพหรือวิดีโอ

6) การแสดงตนว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์เป็นการประเมินโดยผู้วิจัย โดยพิจารณาจากในสื่อที่มีสิ่งปรากฏอยู่หรือการกระทำที่บอกให้รู้ว่าตนเป็นบุคลากรทางการแพทย์ในสื่อ ได้แก่ การตั้งชื่อบัญชี เช่น “หมอ..”, “เภสัช..”, “เภ..” การใช้คำพูดแนะนำตัวหรือแทนตัวเอง เช่น “หมอ”, “เภสัช”, “นายแพทย์” และการแต่งกาย เช่น การสวมเสื้อกาวน์ ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) บุคลากรทางการแพทย์ 2) ไม่ใช่บุคลากรทางการแพทย์ และ 3) ไม่ระบุตัวตนว่าเป็นใคร (หากไม่มีการแสดงตัวของบุคคลในสื่อ)

เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1) แอปพลิเคชัน TikTok

TikTok เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการสร้างสรรค์และเผยแพร่วิดีโอในความยาวสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามารับชม ซึ่งภายในแอปพลิเคชัน TikTok ประกอบด้วยสื่อที่มีทั้งเสียง ภาพนิ่ง วิดีโอ และกราฟิกสำหรับการตกแต่ง การแสดงผ่านอัลกอริทึมของ TikTok โดยอัลกอริทึมของ TikTok จะช่วยแนะนำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องจากการที่ผู้ใช้เคยค้นหาหรือดูมาก่อน ช่วยให้ผู้ใช้เห็นคลิปที่ตรงกับความสนใจหรือการค้นหาของตัวเอง โดยแอปพลิเคชัน TikTok ที่ใช้ถูกติดตั้งในโทรศัพท์มือถือของผู้วิจัย มีการแสดงรูปภาพ วิดีโอ เสียง และข้อความเป็นภาษาไทย

2) แบบบันทึกข้อมูลสถานการณ์ของสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok

แบบบันทึกข้อมูลสถานการณ์ของสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok ในด้านเนื้อหา ได้แก่ ความยาววิดีโอ, ยาที่กล่าวถึง, ประเภทของยาตามกฎหมาย, ข้อความที่ระบุในวิดีโอ, คำบรรยายประกอบวิดีโอ, การแสดงตนของผู้นำเสนอสื่อ และวัตถุประสงค์ของสื่อโดยมีรายละเอียดในภาคผนวก ก ซึ่งวิดีโอที่เข้าเกณฑ์การศึกษาจะมีการบันทึกเก็บไว้ให้ผู้วิจัยสามารถเข้าดูย้อนหลังได้ กระบวนการพัฒนาแบบบันทึกข้อมูลทำโดยกำหนดข้อคำถาม และข้อมูลที่ต้องการเก็บรวบรวมให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม รวมถึงการสำรวจสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok เบื้องต้นจำนวน 3 สื่อ เพื่อกำหนดขอบเขตเนื้อหาที่ต้องการเก็บข้อมูล และตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน รวมถึงมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของการบันทึกข้อมูลโดยผู้วิจัย 2 คนและนำข้อมูลทั้งหมดมาตรวจสอบพร้อมกันอีกครั้งกับเภสัชกรผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย โดยผู้วิจัยทั้งสองคนทำการเก็บข้อมูลจากสื่อเรื่องยาเดียวกันแยกจากกันอย่างเป็นอิสระ และทำการประเมินว่าสามารถเก็บข้อมูลในแบบเก็บข้อมูลได้ตรงกันหรือไม่

3) แบบประเมินความถูกต้องตามกฎหมาย

แบบประเมินความถูกต้องตามกฎหมาย ที่ครอบคลุมในด้านการห้ามโฆษณาขายยาโดยทั่วไป การได้รับอนุญาตโฆษณาขายและเป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไขในการโฆษณาขาย โดยมีรายละเอียดในภาคผนวก ก กระบวนการพัฒนาแบบประเมินความถูกต้องตามกฎหมาย ทำโดยกำหนดข้อคำถาม ให้ครอบคลุมรายละเอียดตามหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยาตามพระราชบัญญัติยา

พ.ศ. 2510 โดยมีเนื้อหาในด้านการห้ามโฆษณาขายยาโดยทั่วไป การได้รับอนุญาตโฆษณาขาย และข้อกำหนดและเงื่อนไขในการโฆษณาขาย มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของการบันทึกข้อมูลโดยผู้วิจัย 2 คน แยกกันทำการประเมินความถูกต้องทางกฎหมายจากสื่อเรื่องยาตัวอย่างเดียวกันแบบเป็นอิสระต่อกัน และนำมาตรวจสอบร่วมกันว่าสามารถประเมินข้อมูลได้ตรงกันหรือไม่ รวมถึงผ่านการตรวจสอบแบบประเมิน และความถูกต้องในการประเมินสื่อโดยเภสัชกรผู้เชี่ยวชาญทางกฎหมายด้านการโฆษณาขายก่อนนำมาใช้ในการศึกษา

การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยทั้ง 2 คน ได้ทำการเก็บข้อมูลสถานการณ์ของสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok จำนวน 30 สื่อในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม 2567 โดยมีขั้นตอนการเก็บข้อมูลดังนี้ 1) ใช้ค้นหาคำสำคัญในการค้นหาสื่อ ได้แก่ “ยา”, “เภสัชกรแนะนำ”, “หมอแนะนำ”, “การใช้ยา” และ “ขายยา” ซึ่งเป็นคำที่พบได้บ่อยในสื่อที่มีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับยา 2) เข้าดูสื่อและประเมินว่าเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องยาตามเกณฑ์การคัดเลือกหรือไม่ 3) บันทึกข้อมูลลงในแบบบันทึก ได้แก่ ความยาววิดีโอ ชื่อสามัญของยาที่กล่าวถึงในสื่อ ข้อบ่งใช้ของยาตามที่ขึ้นทะเบียนเพื่อนำมาจัดกลุ่มตามกลุ่มยาตามบัญชียาหลักแห่งชาติ ประเภทของยาตามกฎหมายว่าเป็นยาสามัญประจำบ้าน, ยาอันตราย, ยาควบคุมพิเศษ, ยาบรรจุเสร็จ โดยนับตามประเภทของยาที่ปรากฏภายในสื่อว่ามีกี่ประเภท หากปรากฏยาหลายชนิด แต่เป็นยาประเภทเดียวกันจะนับเป็น 1 ชนิด ข้อความที่ระบุในวิดีโอ, คำบรรยายประกอบวิดีโอ, การแสดงตนของผู้นำเสนอสื่อ และวัตถุประสงค์ของสื่อว่าเป็นการให้ความรู้หรือการโฆษณา และบันทึกวิดีโอสื่อให้สามารถเข้าดูย้อนหลังได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์สื่อเกี่ยวกับยาในแอปพลิเคชัน TikTok นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้านเนื้อหาในภาพรวมด้วยสถิติเชิงพรรณนาในรูปของจำนวน ร้อยละ ความถี่ และการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพในรายละเอียดของแต่ละสื่อ โดยเริ่มจากการตีความวัตถุประสงค์ของสื่อว่าเป็นการให้ความรู้หรือการโฆษณา โดยมีเกณฑ์ของสื่อที่เข้าข่ายเป็นสื่อโฆษณาอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้ 1) การแสดงผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อการค้าปรากฏอยู่ในสื่อ 2) การบรรยายของผู้นำเสนอสื่อมีการกล่าวถึงชื่อการค้าของยา และ 3) การระบุชื่อการค้าของยาในข้อความบรรยายภายในหรือด้านล่างรูปภาพหรือวิดีโอ โดยอ้างอิงจากเว็บไซต์ของกองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ที่ระบุว่าความหมายของคำว่า

“โฆษณา” หมายถึง 1) การเผยแพร่หนังสือไปยังสาธารณชน (ความหมายตามพจนานุกรม ฯ) และ 2) การป่าวร้อง ป่าวประกาศ การกระทำ การไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบ ข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า (ความหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค) (Thai FDA, 2023)

จากนั้นวิเคราะห์ความถูกต้องตามกฎหมายในสื่อที่มีวัตถุประสงค์เป็นการโฆษณาตามข้อกำหนดในพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 หมวด 11 การโฆษณา ในมาตรา 88 ถึง 90 โดยขั้นแรก ประเมินว่าสื่อได้รับอนุญาตการโฆษณาตามมาตรา 88 ทวิ (1) หรือไม่ จากนั้นจึงทำการประเมินเพิ่มเติมถึงรายละเอียดเนื้อหาในการโฆษณาของแต่ละสื่อว่าหากสื่อเหล่านี้ได้รับอนุญาตการโฆษณา จะมีความเสี่ยงที่จะเข้าข่ายฝ่าฝืนมาตราใดในมาตรา 88 ถึง 90 ดังรายละเอียดในภาคผนวก ก ตัวอย่างการวิเคราะห์ เช่น ตามมาตรา 88 ทวิ การโฆษณาจะต้องได้รับอนุมัติข้อความ เสี่ยง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต หากประเมินแล้วพบว่าสื่อนั้นไม่มีการแสดงเลขที่ใบอนุญาตโฆษณา สามารถอนุมานได้ว่าไม่มีการขออนุญาตโฆษณา ดังนั้นจึงเข้าข่ายฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยทั้ง 2 คน ทำการเก็บข้อมูลและประเมินสื่อเดียวกันโดยแยกจากกันอย่างอิสระจำนวน 30 สื่อ โดยมีเกณฑ์ในการประเมินที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และนำผลการประเมินที่ได้มาตรวจสอบพร้อมกัน อีกครั้งกับที่เภสัชกรผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมายเพื่อหาข้อสรุป

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok, n=30 สื่อ

เนื้อหาของสื่อเรื่องยา	จำนวน (ร้อยละ)
วัตถุประสงค์	
โฆษณา	21 (70.0)
ให้ความรู้	9 (30.0)
การแสดงตนของผู้นำเสนอสื่อ*	
บุคลากรทางการแพทย์	21 (70.0)
ไม่ใช่บุคลากรทางการแพทย์	3 (10.0)
ไม่ระบุตัวตนว่าเป็นใคร	6 (20.0)
ประเภทของยาตามการควบคุมตามกฎหมาย**	
ยาอันตราย	18 (58.0)
ยาควบคุมพิเศษ	6 (19.4)
ยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ	5 (16.1)
ยาสามัญประจำบ้าน	2 (6.5)

ผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานของสื่อเรื่องยา

สื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok 30 สื่อ มีวัตถุประสงค์ในการโฆษณา 21 สื่อ มากกว่าการให้ความรู้ที่มีจำนวน 9 สื่อ ซึ่งผู้นำเสนอสื่อส่วนใหญ่มีการแสดงตนในสื่อว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์ (n=21, ร้อยละ 70.0) รองลงมาคือไม่ระบุตัวตนในสื่อว่าเป็นใคร (n=6, ร้อยละ 20.0) และยาที่ถูกกล่าวถึงในสื่อเมื่อจัดแบ่งตามประเภทของยาตามกฎหมายพบว่าส่วนใหญ่เป็นยาอันตราย (n=18, ร้อยละ 60.0) รองลงมาเป็นยาควบคุมพิเศษ (n=6, ร้อยละ 20.0) ซึ่ง 1 สื่อมีการกล่าวถึงยามากกว่า 1 ชนิด ที่มีประเภทยาตามกฎหมายแตกต่างกัน เมื่อจำแนกประเภทของยาตามข้อบ่งใช้ กลุ่มยาที่พบมากที่สุดคือกลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ เช่น ยาฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ยาฆ่าเชื้อรา ยาถ่ายพยาธิ (ร้อยละ 29.4, n=10) และ วิตามินส่วนใหญ่มีความยาว น้อยกว่า 1 นาที (n=16, ร้อยละ 53.3) ดังแสดงในตารางที่ 1 เมื่อประเมินเนื้อหาของสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok 30 สื่อ แต่ละสื่อมีรายละเอียดความยาว ยาที่กล่าวถึงในสื่อ ข้อบ่งใช้ของยา ประเภทของยาตามกฎหมาย การแสดงตนของผู้นำเสนอสื่อวัตถุประสงค์ของสื่อ และมาตราที่เข้าข่ายฝ่าฝืนดังแสดงในภาคผนวก ข

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok, n=30 สื่อ (ต่อ)

เนื้อหาของสื่อเรื่องยา	จำนวน (ร้อยละ)
ประเภทของยาตามข้อบ่งใช้ในบัญชียาหลักแห่งชาติ***	
กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ เช่น ยาฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ยาฆ่าเชื้อรา ยาถ่ายพยาธิ	10 (29.4)
กลุ่มยาโรคระบบกล้ามเนื้อและข้อต่อ เช่น ยาแก้อักเสบ ยาคลายกล้ามเนื้อ ยารักษาโรคเกาต์	4 (11.8)
กลุ่มยาระบบทางเดินหายใจ เช่น ยาแก้แพ้ ยาแก้คัดจมูก ยาพ่นขยายหลอดลม	4 (11.8)
กลุ่มยาโรคผิวหนัง เช่น ยารักษาสิว กลาก เกลื้อน ฟีนคัน	4 (11.8)
กลุ่มยาระบบทางเดินอาหาร เช่น ยาลดกรด ยาระบาย ยาแก้ท้องเสีย	4 (11.8)
กลุ่มยาระบบต่อมไร้ท่อ เช่น ยารักษาไทรอยด์ ยาสเตียรอยด์ ยาปรับฮอร์โมน	2 (5.9)
กลุ่มยาสำหรับสูติ - นรีเวช เช่น ยาคุมกำเนิด ยารักษาประจำเดือนมาไม่ปกติ	2 (5.9)
กลุ่มยาระบบหัวใจและหลอดเลือด เช่น ยาต้านเกล็ดเลือด ยาลดความดัน ยาลดไขมัน	2 (5.9)
กลุ่มยาระบบประสาทส่วนกลาง เช่น ยานอนหลับ ยาแก้ปวด ยาต้านซึมเศร้า	1 (2.9)
กลุ่มวิตามินและเกลือแร่ เช่น วิตามินรวม ธาตุเหล็ก Zinc	1 (2.9)
กลุ่มยาที่เกี่ยวข้องกับระบบทางเดินปัสสาวะ เช่น ยารักษาตกขาวผิดปกติ ยารักษาต่อมลูกหมากโต****	0 (0)
กลุ่มยาตา หู จมูก คอ และช่องปาก เช่น ยาหยอดตา ยาหยอดหูสำหรับฆ่าเชื้อหรือลดปวด****	0 (0)
กลุ่มยามะเร็งและยากดภูมิคุ้มกัน เช่น ยาเคมีบำบัด ยากดภูมิคุ้มกัน ยามุ่งเป้า****	0 (0)
กลุ่มยาระบบภูมิคุ้มกันและวัคซีน เช่น วัคซีน Covid-19 วัคซีนบาดทะยัก วัคซีนมะเร็งปากมดลูก****	0 (0)
ความยาวของสื่อ	
รูปภาพ*****	3 (10.0)
น้อยกว่า 1 นาที	16 (53.3)
1.00 – 1.59 นาที	7 (23.3)
2.00 – 2.59 นาที	4 (13.3)

*การแสดงตนว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์เป็นการประเมินโดยผู้วิจัยโดยพิจารณาจากในสื่อไม่มีสิ่งปรากฏอยู่หรือการกระทำที่บอกให้รู้ว่าตนเป็นบุคลากรทางการแพทย์ในสื่อ เช่น การตั้งชื่อบัญชีเป็นแพทย์ เกสัชกร

**ภายใน 1 สื่อ อาจประกอบไปด้วยยามากกว่า 1 ชนิด ดังนั้นอาจมีประเภทตามกฎหมายของยามากกว่า 1 ประเภทใน 1 สื่อ

***ภายใน 1 สื่อ อาจประกอบไปด้วยยามากกว่า 1 ชนิด ดังนั้นอาจมีข้อบ่งใช้ของยามากกว่า 1 ข้อบ่งใช้ใน 1 สื่อ

****ไม่ปรากฏกลุ่มยาเหล่านี้ใน TikTok ของผู้ทำการศึกษาในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

*****รูปภาพ หมายถึง สื่อที่แสดงเพียงภาพนิ่ง ไม่มีภาพเคลื่อนไหว อาจมีการใช้เป็นเสียงดนตรีหรือเสียงบรรยายประกอบ

ความถูกต้องตามกฎหมายของสื่อโฆษณา

สื่อที่มีวัตถุประสงค์ในการโฆษณาทั้ง 21 สื่อ ไม่พบการขอ อนุญาตโฆษณาหรือการแสดงเลขที่ใบอนุญาตในสื่อ ดังนั้นทุกสื่อจึง เข้าข่ายฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มาตรา 88 ทวิ การ โฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพหรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์จะต้อง (1) ได้รับอนุมัติ ข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต และในทาง กฎหมายหากตัดสินว่าสื่อที่เข้าข่ายฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ (1) แล้ว นั้น จะไม่ทำการพิจารณาต่อในมาตรา 88 ทวิ (2), 88 89 และ 90 ในด้านข้อกำหนดของเนื้อหาในการโฆษณา

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาเพิ่มเติมถึงเนื้อหา ภายในสื่อ เพื่อพิจารณาความเสี่ยงที่ผู้ได้รับสื่ออาจได้รับชมสื่อที่มี เนื้อหาไม่เหมาะสมเนื่องจากไม่เป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย พบว่ามีการแสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษในสื่อ จึง เข้าข่ายฝ่าฝืนมาตรา 88 การโฆษณาขายยาจะต้อง (6) ไม่แสดง สรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ (n=17, ร้อยละ 81.0) นอกจากนี้ยังพบการกระทำที่เข้าข่ายฝ่าฝืนข้อกฎหมายข้ออื่น ๆ อีก ยกเว้นมาตรา 88 (3), มาตรา 88 (4), มาตรา 88 (7) และมาตรา 90 ที่ไม่พบสื่อใดที่เข้าข่ายฝ่าฝืน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความถูกต้องตามมาตรา 88-90 ตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ของสื่อที่มีวัตถุประสงค์ในการโฆษณา, n=21 สื่อ

ข้อกฎหมายตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ⁽⁶⁾	เข้าข่ายฝ่าฝืน จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เข้าข่ายฝ่าฝืน จำนวน (ร้อยละ)
มาตรา 88 การโฆษณาขายยาจะต้อง		
(1) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน	2 (9.5)	19 (90.5)
(2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง	2 (9.5)	19 (90.5)
(3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยาหรือเป็นส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในยา หรือมีแต่ไม่เท่าที่ ทำให้เข้าใจ	0 (0.0)	21 (100.0)
(4) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูกหรือยาขับประจำอย่างแรง	0 (0.0)	21 (100.0)
(5) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกามหรือยาคุมกำเนิด	1 (4.8)	20 (95.2)
(6) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ	17 (81.0)	4 (19.0)
(7) ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น	0 (0.0)	21 (100.0)
(8) ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรืออาการของ โรคที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 77 ความใน (5) และ (6) ไม่ใช่บังคับแก่ข้อความใน ฉลากหรือเอกสารกำกับยาและความใน (1) (4) (5) (6) (7) และ (8) ไม่ใช่บังคับแก่การ โฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการโรคศิลปะ ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม หรือ ผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์	3 (14.3)	18 (85.7)
มาตรา 89 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำทำเพลง หรือ แสดงความทุกข์ ทรมานของผู้ป่วย	1 (4.8)	20 (95.2)
มาตรา 90 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพหหรือออกสลากรางวัล	0 (0.0)	21 (100.0)

จากสื่อตัวอย่างทั้งหมด 30 สื่อ สามารถยกตัวอย่างสื่อ 3 สื่อตามประเภทต่าง ๆ ดังนี้ สื่อที่ 5 กล่าวถึงยา amoxicillin ผู้นำเสนอสื่อสวมเสื้อกาวน์และใช้ชื่อบัญชีในการแสดงตนว่าเป็นเภสัชกร เนื้อหาภายในสื่อมีการใช้คำพูดบรรยายประกอบว่า “ตัวนั้นจะป่วย ยาฆ่าเชื้อแบคทีเรียชื่อยา Amoxicillin นะคะ ซึ่งไม่สามารถใช้ฆ่า เชื้อไวรัส covid-19 ได้” เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่ใช้ในสื่อ พบว่าในสื่อ มีการใช้เพียงคำว่า Amoxicillin ซึ่งเป็นชื่อสามัญของยา ไม่มีการ กล่าวถึงหรือแสดงให้เห็นชื่อการค้าของผลิตภัณฑ์ และนำเสนอ เนื้อหาเพื่อการแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับข้อบ่งใช้ของยา Amoxicillin จึงตีความว่าสื่อนี้มีวัตถุประสงค์ในการให้ความรู้ได้ อย่างชัดเจน

สื่อที่ 18 แสดงผลิตภัณฑ์ยาสูตรผสม Metronidazole + Miconazole พร้อมชื่อการค้าในรูปแบบยาสอดช่องคลอด และมีการใช้คำพูดบรรยายประกอบว่า “เพื่อน ๆ คนไหนน้องสาวมีกลิ่นไม่ พึงประสงค์ต้องพึ่งทางนี้เลยคะ เพราะเรามีตัวช่วยนั่นคือ ‘ชื่อ การค้า’ ตัวนี้เป็นยาสอดช่องคลอดแก้ตกขาวซึ่งเภสัชหลาย ๆ คน เนี่ยแนะนำตัวนี้อยู่และข้างในกล่องก็จะมีคู่มือบอกวิธีการใช้ด้วยนะ

คะ ซึ่งตัวนี้เนี่ยก็จะช่วยจัดการเชื้อรา แบคทีเรียในช่องคลอดรวมถึง พยาธิโปรโตซัวอีกด้วย...ใครที่น้องสาวมีกลิ่นไม่พึงประสงค์หรือมี อาการตกขาวจากเชื้อแบคทีเรียต้องไปลองเลยคะ” จึงตีความได้ว่า สื่อนี้มีวัตถุประสงค์ในการโฆษณา และเมื่อวิเคราะห์ความถูกต้อง ตามกฎหมายโดยอ้างอิงจากพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ภายใน สื่อไม่มีการแสดงหมายเลขใบอนุญาตในการโฆษณายา จึงอนุมานได้ ว่าไม่มีการขออนุญาตการโฆษณายา ทำให้เข้าข่ายมีความผิดตาม มาตรา 88 ทวิ ที่ว่า การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่อง ขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพหรือภาพยนตร์ หรือทาง สิ่งพิมพ์จะต้อง (1) ได้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการ โฆษณาจากผู้อนุญาต และเนื่องจากยาชนิดนี้จัดเป็นยาอันตราย หากวิเคราะห์ต่อไปถึงเนื้อหาภายในสื่อมีการกล่าวถึงสรรพคุณของ ยาไว้ว่า “เป็นยาสอดช่องคลอดแก้ตกขาว” และ “ช่วยจัดการเชื้อรา แบคทีเรียในช่องคลอดรวมถึงพยาธิโปรโตซัวอีกด้วย” ทำให้เข้าข่าย มีความผิดตามมาตรา 88 การโฆษณาขายยาจะต้อง (6) ไม่แสดง สรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ

สื่อที่ 15 มีการแสดงภาพผลิตภัณฑ์ยาน้ำลดกรดโดยทำการปกปิดชื่อการค้าที่ผลิตภัณฑ์ไว้ ผู้นำเสนอสื่อได้มีการใช้ข้อมูลวิชาการในการแสดงตนว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์ มีการบรรยายประกอบสื่อว่า “ชื่อการค้า” แต่ละสีแตกต่างกันยังไง สูตรธรรมชาติสีชมพูและสีฟ้าจะมี sodium bicarbonate เหมือนกันแต่ตัวสีชมพูจะมีตัว calcium carbonate มากกว่าสีฟ้าประมาณสองเท่าซึ่งจะทำให้ตัวสีชมพูลดกรดได้ดีกว่าและยาวนานกว่าตัวสีฟ้า สีแดงสูตร advance สีนี้จะมีตัวยาทั้งหมดสองตัว ตัวแรกคือ sodium alginate ใช้ในการฟอร์มตัวเป็นเจลซึ่งจะมากกว่าตัวสีชมพู และสีฟ้าประมาณสองเท่าและตัวที่สองคือ potassium bicarbonate ซึ่งจะไปใส่เข้ามาเพื่อสะเทินกรด นอกจากตัวยาที่ไม่เหมือนกันแล้วยังมีปรับสูตรสีแดงขึ้นมาเพื่อคนที่จำกัดโซเดียม...” โดยวัตถุประสงค์การบรรยายคือเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับความแตกต่างของยาแต่ละสูตรผสมว่าเหมาะกับอาการและผู้ป่วยลักษณะใด อย่างไรก็ตามผู้นำเสนอสื่อมีการใช้ชื่อการค้าในการบรรยายจึงทำให้ตีความได้ว่าสื่อนี้เป็นสื่อโฆษณา เมื่อวิเคราะห์ตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ภายในสื่อไม่มีการแสดงหมายเลขใบอนุญาตในการโฆษณา ทำให้เข้าข่ายมีความผิดตามมาตรา 88 ทวิ ที่ว่า การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพหรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์จะต้อง (1) ได้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต

สื่อเรื่องยาที่มีวัตถุประสงค์ในการโฆษณา เมื่อพิจารณาเพิ่มเติมถึงเนื้อหาภายในสื่อสามารถยกตัวอย่าง 3 สื่อ ดังนี้ สื่อที่ 2 แสดงผลิตภัณฑ์ยา Liraglutide มีการแสดงข้อความ “ปากกาอิมทิพย์” ซึ่งเป็นข้อความที่โอ้อวดสรรพคุณยา ทำให้เข้าข่ายมีความผิดตามมาตรา 88 (1) การโฆษณาขายยาจะต้องไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน และแสดงข้อความ “คุณหิวตลอดวัน ไม่มีโยโย่ตอนหยุดใช้ ฮอโรโมนธรรมชาติ ไม่โทรมไม่เพ็ลลีย์ ใช้ชีวิตประจำวันได้ปกติ” ซึ่งเป็นข้อความที่แสดงสรรพคุณยาเกินความจริง ทำให้เข้าข่ายความผิดตามมาตรา 88 (2) การโฆษณาขายยาจะต้องไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง และมีการแสดงสรรพคุณยา Liraglutide ซึ่งเป็นยาควบคุมพิเศษ ทำให้เข้าข่ายฝ่าฝืน มาตรา 88 (6) การโฆษณาขายยาจะต้องไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ

สื่อที่ 3 แสดงผลิตภัณฑ์ยา Molnupiravir มีการแสดงข้อความ “ยานี้จะชนะเชื้อยา molnupiravir เป็นยาที่ดีที่สุดชนะ” ซึ่งเป็นข้อความที่โอ้อวดสรรพคุณยา ทำให้เข้าข่ายมีความผิดตามมาตรา 88 (1) และมีการแสดงสรรพคุณยา Molnupiravir ซึ่งเป็นยาควบคุมพิเศษ ทำให้เข้าข่ายฝ่าฝืนมาตรา 88 (6)

สื่อที่ 30 แสดงผลิตภัณฑ์ยา Aspirin 30 mg มีการแสดงข้อความ “ป้องกันภาวะแทรกซ้อนที่เกิดจากอาการอุดตันของหลอดเลือดเช่นเส้นเลือดในสมองอุดตัน เส้นเลือดหัวใจอุดตัน และเส้นเลือดที่ขาอุดตัน” ซึ่งเป็นการแสดงสรรพคุณยาว่าสามารถป้องกันอาการโรคของสมอง หัวใจ ซึ่งเป็นโรคที่ห้ามโฆษณา ทำให้เข้าข่ายมีความผิดตามมาตรา 88 (8) การโฆษณาขายยาจะต้องไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรืออาการของโรคที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 77 และมีการแสดงสรรพคุณยา Aspirin 81 มิลลิกรัม ซึ่งเป็นยาควบคุมพิเศษ ทำให้เข้าข่ายมีความผิดตามมาตรา 88 (6)

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากการสำรวจสถานการณ์ของสื่อที่เกี่ยวข้องกับยาในแอปพลิเคชัน TikTok ในแง่เนื้อหาและความถูกต้องตามกฎหมาย จากทั้งหมด 30 สื่อ เป็นสื่อให้ความรู้ 9 สื่อ และสื่อโฆษณา 21 สื่อ สื่อที่พบส่วนใหญ่มีความยาวนานน้อยกว่า 1 นาที (16 สื่อ) ทั้งสื่อให้ความรู้และสื่อโฆษณาผู้นำเสนอสื่อส่วนใหญ่แสดงตนในสื่อว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์ (21 สื่อ) ยาที่ถูกกล่าวถึงในสื่อส่วนใหญ่เป็นยาอันตรายตามการควบคุมทางกฎหมาย เมื่อจำแนกประเภทของยาตามข้อบังคับกลุ่มยาที่พบมากที่สุดคือ กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ (ตารางที่ 1)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาในด้านความถูกต้องตามกฎหมายพบว่าทุกสื่อโฆษณา ไม่พบข้อมูลการอนุญาตโฆษณา จึงเข้าข่ายฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ (1) แม้ว่าในทางปฏิบัติผู้นำเสนอสื่อนั้นจะมีความผิดในมาตรา 88 ทวิ (1) เพียงอย่างเดียว แต่ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาเพิ่มเติมถึงเนื้อหาภายในสื่อ ตามมาตรา 88 89 และ 90 เพื่อดูความเสี่ยงที่ผู้ได้รับสื่ออาจได้รับชมสื่อที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมเนื่องจากไม่เป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย รวมถึงเพื่อให้ผลการศึกษาเป็นข้อมูลให้กับผู้ที่ต้องการผลิตสื่อว่ามีข้อกำหนดอย่างไรในการโฆษณาที่ต้องปฏิบัติตาม จากสื่อที่ทำการสำรวจจึงพบว่ามีสื่อจำนวนมากที่มีเนื้อหาเข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมาย ในอีกทางหนึ่งก็พบว่ามีสื่อให้ความรู้ที่ไม่เข้าข่ายโฆษณา จากตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างข้อมูลสื่อที่ 5 เป็นสื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ไม่มีการแสดงหรือกล่าวถึงชื่อการค้าของยา ซึ่งผู้นำเสนอสื่อเรื่องยาควรปฏิบัติให้ได้เงื่อนไขตามสื่อที่ 15 เป็นสื่อโฆษณาที่หากพิจารณาเนื้อหาในสื่อผู้นำเสนอสื่อมีวัตถุประสงค์ในการให้ความรู้ แต่มีการกล่าวถึงชื่อการค้าเพื่อให้ผู้รับสื่อสามารถเข้าใจและนำไปใช้ได้ง่ายขึ้น ทำให้เมื่อพิจารณาตามกฎหมายสามารถตีความได้ว่าสื่อที่ 5 เป็นสื่อโฆษณายา ซึ่งอาจเกิดจากความไม่รู้ในกฎหมายของผู้นำเสนอสื่อ หรือความตั้งใจที่จะโฆษณายาชนิดนั้นจริง ดังนั้น การทราบข้อมูลถึงวิธีการนำเสนอสื่อเรื่องยาที่จึงมีความสำคัญ การผลิตสื่อให้ความรู้เรื่องยามีข้อกำหนดที่ผู้นำเสนอสื่อจำเป็นต้องปฏิบัติตามเพื่อให้เป็นไปอย่างถูกต้องเพื่อให้ผู้รับสื่อได้ประโยชน์จากการรับความรู้ ในขณะที่เดียวกัน การนำเสนอสื่อของผู้นำเสนอก็เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ส่วนสื่อที่ 18 เป็นสื่อโฆษณายาอันตรายที่ไม่ได้รับอนุญาต และไม่ระบุตัวตนของผู้นำเสนอสื่อว่าเป็นใคร ซึ่งข้อมูลที่นำเสนอมีการแนะนำให้ซื้อผลิตภัณฑ์ยาที่นำเสนอมาใช้หากมีอาการตามที่ระบุในสื่อ ซึ่งอาจเป็นคำแนะนำที่ไม่เหมาะสมเนื่องจากอาจขาดการพิจารณาจากบุคลากรทางการแพทย์ถึงการให้ยาให้ถูกต้องและเหมาะสมกับอาการหรือโรคและตัวผู้ป่วย รวมถึงความเหมาะสมกับตัวผู้ป่วย เช่น โรคประจำตัว ยาที่ใช้เป็นประจำ การแพ้ยา หรือขนาดยาที่เหมาะสมเพื่อให้ยาได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความปลอดภัย

จากผลการศึกษาครั้งนี้จะเห็นได้ว่าสื่อโฆษณายาเป็นสื่อที่พบได้มากกว่าสื่อให้ความรู้ ซึ่งสื่อเหล่านี้มีบทบาทในการตัดสินใจในการเลือกซื้อยาของผู้บริโภค อาจนำไปสู่การซื้อยามาใช้เองโดยขาดการพิจารณาถึงความเหมาะสมในการให้ยาจากบุคลากรทางการแพทย์ เกิดการให้ยาเกินความจำเป็น หรืออาจนำไปสู่การให้ยาในทางที่ผิดและก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้ (O'Sullivan *et al.*, 2022) ทำให้การควบคุมเนื้อหาโฆษณามีความสำคัญ เพื่อให้ข้อมูลที่เผยแพร่มีความถูกต้องและเหมาะสม โดยหากจะทำการโฆษณายาผู้นำเสนอสื่อต้องขออนุญาตทำการโฆษณายาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งสื่อที่ 5 นั้นจะต้องได้รับการตรวจสอบให้เป็นไปตามข้อกำหนด และได้รับอนุญาตโฆษณายาก่อนจึงจะสามารถนำเสนอสื่อที่ 5 ได้ ปัจจุบันการควบคุมโฆษณายาอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ซึ่งถูกบังคับใช้มาเป็นระยะเวลานาน จึงอาจยังไม่ครอบคลุมช่องทางออนไลน์ในปัจจุบัน เช่น มาตรา 88 ทวิที่ว่าการโฆษณายาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพหรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์จะต้อง (1) ได้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้

อนุญาต (Drug Act, 1976) ซึ่งอาจยังไม่สอดคล้องกับช่องทางการสื่อสารในปัจจุบันที่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ทำให้ประชาชนสามารถรับข้อมูลจากแพลตฟอร์มออนไลน์ได้สะดวกยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงอาจมีความจำเป็นที่ต้องมีการปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เช่น การออกกฎหมายหรือข้อกำหนดของการโฆษณายา ในช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ

อัลกอริทึมของ TikTok มีการนำเสนอข้อมูลที่ผู้ใช้งานสนใจตามการค้นหาค้นหาหน้า ทำให้ผู้รับสื่อได้รับสื่อในเรื่องที่สนใจเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ที่เคยรับชมสื่อเรื่องยาหรือเคยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับยาในแอปพลิเคชันนี้ ก็จะได้รับสื่อเรื่องยาเพิ่มมากขึ้น และจากการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าข้อมูลสุขภาพจาก TikTok เป็นแหล่งข้อมูลที่ผิดพลาดและนำไปสู่การใช้ยาในทางที่ผิด (O'Sullivan *et al.*, 2022) ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่ถูกต้องและไม่มีการอ้างอิงหลักฐานทางวิชาการ ยิ่งทำให้เพิ่มความเสี่ยงในการได้รับสื่อเรื่องยาที่ยังไม่ได้รับการพิจารณาถึงความถูกต้องมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับแพลตฟอร์มอื่น ๆ โดยเฉพาะ Facebook ที่คนไทยนิยมใช้งานมากที่สุด รวมถึง Instagram Line (Meltwater and We are social, 2023) ที่พบว่ามีการนำเสนอสื่อเรื่องยาแต่ยังไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับความถูกต้องของข้อมูลและความถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งอาจนำไปสู่การได้รับข้อมูลที่ผิดและไม่ถูกต้องได้ และจากการศึกษาก่อนหน้าที่พบว่าเว็บไซต์ขายสินค้าซึ่งเป็นที่ยอมรับของประเทศไทยมีการโฆษณาหรือแสดงรายการยาเป็นสินค้าเพื่อจำหน่าย ซึ่งเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายและนำไปสู่การให้ยาอย่างไม่สมเหตุผล (Maimon, 2019)

จุดแข็งของการศึกษานี้ ได้แก่ การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสื่อเรื่องยาใน TikTok ปัจจุบันยังมีน้อย เนื่องจากเป็นช่องทางในการเผยแพร่ใหม่ที่ได้รับการยอมรับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมาและมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ (Meltwater and We are social, 2023) รวมทั้งทุกคนสามารถเผยแพร่สื่อและข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างเป็นอิสระ ดังนั้นจึงมีประเด็นที่ควรให้ความสำคัญอย่างเช่นทางด้านกฎหมาย การเก็บข้อมูลสถานการณ์นี้จึงทำให้เห็นประโยชน์ต่อการหาแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาข้อกำหนดต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้น

ข้อจำกัดของการศึกษานี้ ได้แก่ 1) ความหลากหลายของสื่อที่ผู้ใช้งาน TikTok แต่ละรายได้รับมีความแตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นกับช่วงเวลา คำค้นหา และอัลกอริทึมของแอปพลิเคชัน ทำให้สถานการณ์สื่อที่ได้ทำการที่ศึกษานั้นอาจไม่ครอบคลุมสถานการณ์ทั้งหมด แต่เป็นเพียงกรณีศึกษาตัวอย่างเท่านั้น 2) สื่อให้ความรู้ในการศึกษานี้ไม่ได้ถูกประเมินความถูกต้องของเนื้อหาภายในสื่อที่มีว่า

มีการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องหรือไม่ หากมีการศึกษาในอนาคตควรมีการศึกษาเพิ่มเติมต่อไปถึงรายละเอียดความถูกต้องของข้อมูลที่นำเสนอในสื่อ เพื่อให้ผู้ที่ได้รับสื่อเรื่องยาได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างปลอดภัย 3) การประเมินผู้ที่ออกมาแนะนำสื่อว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์ ประเมินโดยใช้การปรากฏหรือการกระทำการใดที่บอกให้รู้ว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์ในสื่อ ได้แก่ การตั้งชื่อบัญชี การใช้คำพูดแนะนำตัวหรือแทนตัวเอง และการแต่งกาย ซึ่งไม่สามารถทราบได้ว่าผู้ที่กระทำการเหล่านั้นเป็นบุคลากรทางการแพทย์จริงหรือไม่ตามที่กล่าวอ้าง หากมีการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตควรมีการศึกษายืนยันตัวตนของผู้แนะนำสื่อว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์ตามที่กล่าวอ้างจริงหรือไม่ นอกจากนี้ควรศึกษาถึงประเด็นในด้านจรรยาบรรณวิชาชีพเพิ่มเติมถึงเรื่องการนำเสนอข้อมูลด้านยาของบุคลากรทางการแพทย์ว่าการกระทำใดที่สามารถเข้าข่ายฝ่าฝืนจรรยาบรรณวิชาชีพได้ หรือการที่บุคคลที่ไม่ใช่วิชาชีพนั้นแอบอ้างว่าตนเป็นบุคลากรทางการแพทย์จะมีความผิดอย่างไร และส่งผลเสียอย่างไรต่อประชาชนเพิ่มเติมในอนาคต

ผลจากการศึกษานี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลให้ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านยา เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เพื่อหาแนวทางการจัดการกับสื่อที่เข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมายซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค รวมถึงการเพิ่มการควบคุมกำกับ และการเฝ้าระวังสื่อโฆษณาบนแอปพลิเคชัน TikTok ของพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงให้กับผู้บริโภค อีกทั้งยังควรมีการปรับปรุงกฎหมายเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เช่น จากพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 มาตรา 88 ทวิ “การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพหรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์จะต้อง...” ควรปรับปรุงให้ครอบคลุมสื่อในช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ มากยิ่งขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมถึงสื่อโฆษณายาใน TikTok รวมถึงการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้ที่ต้องการแนะนำสื่อให้ความรู้เรื่องยา โดยไม่ให้เข้าข่ายเป็นการโฆษณา เพื่อให้ผู้แนะนำสื่อสามารถเผยแพร่สื่อได้อย่างถูกต้อง

ผลของการศึกษาสามารถเป็นแนวทางในการศึกษาต่อยอดในสื่อจำนวนมากขึ้นในอนาคตเพื่อให้ครอบคลุมสื่อเรื่องยาใน TikTok ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามยุคสมัยที่มีการแข่งขันเพื่อพัฒนาเนื้อหาในสื่อให้น่าสนใจอยู่เสมอ รวมถึงการศึกษาในแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ เช่น Facebook, Instagram หรือ Line ซึ่งมีการพบสื่อเรื่องยาเช่นกัน

บทสรุป

สถานการณ์สื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok จาก 30 สื่อตัวอย่าง ในด้านเนื้อหา พบว่ามีวัตถุประสงค์ในการโฆษณา 21 สื่อ สื่อให้ความรู้ 9 สื่อ ผู้นำเสนอสื่อส่วนใหญ่แสดงตนว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์ ประเภทของยาตามกฎหมายพบยาอันตรายมากที่สุด และประเภทของยาตามข้อบังคับใช้พบบุคลากรที่รักษาการติดเชื้อมากที่สุด เมื่อตีความวัตถุประสงค์ของสื่อพบว่าเป็นสื่อโฆษณา 21 สื่อและเมื่อนำสื่อโฆษณามาวิเคราะห์ตามกฎหมายพบว่าทุกสื่อเข้าข่ายฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มาตรา 88 ทวิ เนื่องจากไม่พบการขออนุญาตโฆษณาหรือการแสดงเลขที่ใบอนุญาตในสื่อ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ข้อมูลถึงการแนะนำสื่อเรื่องยาใน TikTok ที่ถูกต้องแก่ผู้นำเสนอสื่อ เช่น การประชาสัมพันธ์หรือการจัดการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเผยแพร่สื่อเรื่องยาลงในแอปพลิเคชัน TikTok ที่อยู่ในขอบเขตของกฎหมายในประเทศไทย รวมถึงการมีข้อกำหนดควบคุมเนื้อหาในโฆษณา เพื่อให้ผู้บริโภคที่รับสื่อจาก TikTok สามารถนำข้อมูลไปพิจารณาการใช้ยาได้อย่างเหมาะสม

กิตติกรรมประกาศ

กราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.กรกมล รุกขพันธ์ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย และกราบขอบพระคุณคณะกรรมการจริยธรรม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พิจารณาอนุมัติให้ผู้ทำการศึกษาสามารถดำเนินการวิจัยนี้ได้

References

- Drug Act B.E. 2510. Royal Gazette. 1967 Oct 20;84 (pt 101 special).
- Drug Division, Food and Drug Administration, Ministry of Public Health. Definition of the term “advertisement” [Internet]. 2023 Mar 20 [cited 2025 Mar 6]. Available from: <https://drug.fda.moph.go.th/sale-faq/drug-advertising>
- Drug-related media content (TikTok) [Internet]. 2024 Jan 1 [cited 2024 Jan].
- Fillgoods Technology Co. L. Answering the question: What is TikTok, Why has it suddenly become a popular platform [Internet]. 2022 [cited 2024 Feb 2]. Available from: <https://cmu.to/o3md8>

- Food and Drug Administration, Thailand. Regulations of the Food and Drug Administration on Criteria for Drug Advertising B.E. 2545 (2002) [Internet]. Bangkok: Ministry of Public Health; 2002 [cited 2025 Oct 8]. Available from: <https://drug.fda.moph.go.th/sale-related-laws/2545/>
- Kumnooy P. Illegal drug advertisings and strategy. *Thai Food and Drug J.* 2020;27(1):41-53.
- Mahaprom T, et al. Situation of medical advertisements broadcasted on radios in rural districts of northern Thailand. *Thai J Pharm Pract.* 2019;11(4):841-9.
- Maimon P. Survey of drug selling over popular shopping websites in Thailand. *Thai J Pharm Pract.* 2019;2:369-77.
- Meltwater; We Are Social. DIGITAL 2023 THAILAND from We Are Social and Meltwater insightERA2023 [Internet]. 2023 [cited 2023 Dec 16]. Available from: <https://www.insightera.co.th/digital-2023-thailand/>
- Ministry of Public Health, Thailand. Announcement of the Ministry of Public Health on diseases or conditions prohibited from being advertised as treatable, alleviable, curable or preventable [Internet]. 6 Jan 1977 [cited 2025 Oct 8]. Available from: <https://drug.fda.moph.go.th/announcement-ministry/law03-14>
- NIPA Agency. Understand the principles and workings of TikTok Algorithm 2024 [Internet]. Bangkok: NIPA Agency; 24 Jan 2024 [cited 2025 Oct 6]. Available from: <https://nipa.co.th/article/digital-marketing/new-structure-of-tiktok-algorithm>
- O'Sullivan NJ, Nason G, Manecksha RP, O'Kelly F. The unintentional spread of misinformation on 'TikTok'; a paediatric urological perspective. *J Pediatr Urol.* 2022;18(3):371-5.
- Song S, Zhao YC, Yao X, Ba Z, Zhu Q. Short video apps as a health information source: an investigation of affordances, user experience and users' intention to continue the use of TikTok. *Emerald Publ Ltd.* 2020;31(6):1066-2243.
- Thakar NS, Nakhoul NN, Norman RW. The unintentional spread of misinformation on 'TikTok'; a paediatric urological perspective. *J Pediatr Urol.* 2022 Aug;18(4):492.e1-492.e5.

ภาคผนวก ก

แบบบันทึกข้อมูลและแบบประเมินที่ใช้ในงานวิจัย สถานการณ์ของสื่อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและเนื้อหาที่แสดงในสื่อ

สื่อลำดับที่.....วันเดือนปีที่บันทึกข้อมูล.....ความยาวของวิดีโอ :.....นาที

1. สื่อนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องยาใช่หรือไม่ ใช่ ไม่ใช่

(หาก “ไม่ใช่” จะถูกคัดออกจากการศึกษา)

2. ยาที่กล่าวถึงในสื่อคือยาอะไร: (ระบุชื่อสามัญ).....

3. ข้อบ่งใช้ของยา (ระบุ).....

4. ประเภทของยาตามนิยามทางกฎหมาย

ยาสามัญประจำบ้าน

ยาอันตราย

ยาควบคุมพิเศษ

ยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ

อื่น ๆ ระบุ.....

5. ข้อความที่ระบุในวิดีโอหรือในคำบรรยาย (caption) (ถ้ามี)

6. เนื้อหาของเสียงบรรยายประกอบวิดีโอหรือข้อความที่พูดโดยผู้นำเสนอสื่อ (ถ้ามี).....

7. ผู้นำเสนอสื่อแสดงตัวว่าเป็นบุคลากรทางการแพทย์หรือไม่

บุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร พยาบาล นักเทคนิคการแพทย์

ไม่ใช่บุคลากรทางการแพทย์

ไม่ได้ระบุตัวตนว่าเป็นใคร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์และตีความสื่อโดยผู้วิจัย

1. วัตถุประสงค์ของสื่อ

การโฆษณา

การให้ความรู้

หากเป็นการโฆษณาให้กรอกข้อมูลในข้อ 2 และข้อ 3 ต่อ หากเป็นการให้ความรู้สิ้นสุดการเก็บข้อมูล

2. การตีความความถูกต้องตามกฎหมายของสื่อที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณา

โดยตีความลักษณะของการโฆษณาในสื่อว่าเข้าข่ายฝ่าฝืนข้อกำหนดในพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 หมวด 11 การโฆษณาหรือไม่

ข้อกำหนด	การตีความลักษณะของสื่อ	
	เข้าข่าย	ไม่เข้าข่าย
ข้อกำหนด	เข้าข่าย	ไม่เข้าข่าย
ข้อกำหนด	เข้าข่าย	ไม่เข้าข่าย

มาตรา 88 ทวิ การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพหรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์จะต้อง

(1) ได้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต

(2) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด

มาตรา 88 การโฆษณาขายยาจะต้อง

(1) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน

- (2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยาหรือเป็นส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในยา หรือมีแต่ไม่เท่าที่เข้าใจ
- (4) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูกหรือยาขับระดูอย่างแรง
- (5) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกามหรือยาคุมกำเนิด
- (6) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ
- (7) ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น
- (8) ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรืออาการของโรคที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 77 ความใน (5) และ (6) ไม่ใช่บังคับแก่ข้อความในฉลากหรือเอกสารกำกับยาและความใน (1) (4) (5) (6) (7) และ (8) ไม่ใช่บังคับแก่การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการโรคศิลปะ ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์

มาตรา 89 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำทำเพลง หรือแสดงความทุกข์
ทรมานของผู้ป่วย

มาตรา 90 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพกหรือออกสลากรางวัล

3. การโฆษณาในสื่อนี้มีความผิดตามกฎหมายหรือไม่

หากตีความแล้วพบว่ามียกข้อกฎหมายใดข้อหนึ่งในคำถาม 2 ตอบ “เข้าข่ายฝ่าฝืน” ถือว่าการโฆษณาในสื่อนี้เข้าข่ายฝ่าฝืนข้อกฎหมายในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510

- เข้าข่ายฝ่าฝืน ไม่เข้าข่ายฝ่าฝืน

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อเรื่องยาในแอปพลิเคชัน TikTok, n=30 สื่อ

สื่อที่	ความยาว (นาที.วินาที)	ยาที่กล่าวถึงในสื่อ	ข้อบ่งใช้ของยา	ประเภทของยา ตามกฎหมาย	การแสดงตนของ ผู้นำเสนอสื่อ	วัตถุประสงค์	มาตราที่ เข้าข่ายฝ่าฝืน
1	0.19	N-Acetylcysteine	กลุ่มยาระบบทางเดินหายใจ	ยาบรรจสุเสีร็จที่ไม่ใช่ยาอันตราย และยาควบคุมพิเศษ	ไม่ใช่บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (2), 88 (8)
2	(รูปภาพ*)	Liraglutide	กลุ่มยาระบบต่อมไร้ท่อ	ยาควบคุมพิเศษ	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (1), 88 (2), 88 (6)
3	0.50	Molnupiravir	กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ	ยาควบคุมพิเศษ	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (1) , 88 (6)
4	0.13	Chlorpheniramine Cetirizine Loratadine Levocetirizine Bilastine	กลุ่มยาระบบทางเดินหายใจ	ยาอันตราย	ไม่ได้ระบุตัวตนว่าเป็นใคร	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)
5	0.19	Amoxicillin	กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การให้ความรู้	-
6	1.17	paracetamol chlorpheniramine phenylephrine	กลุ่มยาระบบทางเดินหายใจ	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)
7	0.31	Clotrimazole	กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ	ยาอันตราย	ไม่ได้ระบุตัวตนว่าเป็นใคร	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6), 89
8	0.17	Amoxicillin Ibuprofen	กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ, กลุ่มยาโรค ระบบกล้ามเนื้อและข้อต่อ	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)
9	2.19	Tenofovir/ Emtricitabine, vitamin C (1000 mg)	กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ, กลุ่มวิตามิน และเกลือแร่	ยาควบคุมพิเศษ, ยาบรรจสุเสีร็จ ที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยา ควบคุมพิเศษ	ไม่ใช่บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)

สื่อที่	ความยาว (นาที.วินาที)	ยาที่กล่าวถึงในสื่อ	ข้อบ่งใช้ของยา	ประเภทของยา ตามกฎหมาย	การแสดงตนของ ผู้นำเสนอสื่อ	วัตถุประสงค์	มาตราที่ เข้าข่ายฝ่าฝืน
10	2.41	Acyclovir	กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การให้ความรู้	-
11	0.32	Sodium alginate	กลุ่มยาระบบทางเดินอาหาร	ยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตราย และยาควบคุมพิเศษ	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ
12	2.15	Ibuprofen	กลุ่มยาระบบประสาทส่วนกลาง	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การให้ความรู้	-
13	0.36	Diocahedral smectite	กลุ่มยาระบบทางเดินอาหาร	ยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตราย และยาควบคุมพิเศษ	บุคลากรทางการแพทย์	การให้ความรู้	-
14	0.57	Clotrimazole	กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ	ยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตราย และยาควบคุมพิเศษ	บุคลากรทางการแพทย์	การให้ความรู้	-
15	0.56	Sodium alginate	กลุ่มยาระบบทางเดินอาหาร	ยาสามัญประจำบ้าน	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ
16	1.25	Ethinyl estradiol	กลุ่มยาสำหรับสูติ - นรีเวช	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (5) , 88 (6)
17	0.49	Benzoyl peroxide Tretinoin	กลุ่มยาโรคผิวหนัง	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)
18	0.44	Metronidazole Miconazole	กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ	ยาอันตราย	ไม่ได้ระบุตัวตนว่าเป็นใคร	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)
19	1.14	Benzoyl peroxide Tretinoin	กลุ่มยาโรคผิวหนัง	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)
20	0.38	Ibuprofen Aspirin Amoxicillin Azithromycin	กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ, กลุ่มยาโรค ระบบกล้ามเนื้อและข้อต่อ	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การให้ความรู้	-
21	1.09	Fluconazole	กลุ่มยาที่รักษาการติดเชื้อ	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การให้ความรู้	-
22	0.41	Ethinyl estradiol	กลุ่มยาสำหรับสูติ - นรีเวช	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การให้ความรู้	-

สื่อที่	ความยาว (นาที.วินาที)	ยาที่กล่าวถึงในสื่อ	ข้อบ่งใช้ของยา	ประเภทของยา ตามกฎหมาย	การแสดงตนของ ผู้นำเสนอสื่อ	วัตถุประสงค์	มาตราที่ เข้าข่ายฝ่าฝืน
23	2.43	Aspirin (81 mg)	กลุ่มยาระบบหัวใจและหลอดเลือด	ยาควบคุมพิเศษ	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6), 88 (8)
24	1.07	Sodium bicarbonate Sodium carbonate Citric acid	กลุ่มยาระบบทางเดินอาหาร	ยาสามัญประจำบ้าน	ไม่ได้ระบุตัวตนว่าเป็นใคร	การโฆษณา	88 ทวิ
25	1.13	Cetirizine Bilastine	กลุ่มยาระบบทางเดินหายใจ	ยาอันตราย	ไม่ใช่บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)
26	0.06	Drostanolone enanthate	กลุ่มยาระบบต่อมไร้ท่อ	ยาควบคุมพิเศษ	ไม่ได้ระบุตัวตนว่าเป็นใคร	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)
27	0.52	Paracetamol Orphenadrine Tolperisone Eperisone	กลุ่มยาโรคระบบกล้ามเนื้อและข้อต่อ	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การให้ความรู้	-
28	(รูปภาพ*)	Garamycin Mupirocin Bacitracin +neomycin Chloramphenicol	กลุ่มยาโรคผิวหนัง	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)
29	1.08	Tretinoin Adapalene	กลุ่มยาโรคผิวหนัง	ยาอันตราย	บุคลากรทางการแพทย์	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6)
30	(รูปภาพ*)	Aspirin (81 mg)	กลุ่มยาระบบหัวใจและหลอดเลือด	ยาควบคุมพิเศษ	ไม่ได้ระบุตัวตนว่าเป็นใคร	การโฆษณา	88 ทวิ, 88 (6), 88 (8)

* รูปภาพ หมายถึง สื่อที่แสดงเพียงภาพนิ่ง ไม่มีภาพเคลื่อนไหว อาจมีการใช้เป็นเสียงดนตรีหรือเสียงบรรยายประกอบ