

สถานการณ์การโฆษณาทางสื่อวิทยุในอำเภอชนบท ของจังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือของประเทศไทย

ทองพล มหาวรรณ, อรพรรณ สุภายอง, ดุจดดี ชินวงศ์, สุระรอง ชินวงศ์

ภาควิชาบริหารเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์: เพื่อสำรวจสถานการณ์การโฆษณาแผนปัจจุบันที่ผิดกฎหมายทางสื่อวิทยุที่มีการเผยแพร่ในชุมชนชนบททางภาคเหนือของประเทศไทย **วิธีการ:** การศึกษาสำรวจโฆษณาแผนปัจจุบันทางสื่อวิทยุที่กระจายเสียงอยู่ในเขตอำเภอชนบทจำนวน 2 อำเภอ ของจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือ โดยสุ่มบันทึกเสียงการเผยแพร่ออกอากาศของสถานีวิทยุจำนวน 13 สถานี (เป็นสถานีทั้งหมดที่รับฟังได้) โดยทำการบันทึกเสียงตั้งแต่สถานีเปิดจนสถานีปิด จำนวนสถานีละ 4 วัน คือวันธรรมดา 2 วัน และวันเสาร์-อาทิตย์ **ผลการวิจัย:** สถานีวิทยุมีโฆษณาแผนปัจจุบันผิดกฎหมายจำนวน 5 สถานี (ร้อยละ 38.46) และพบโฆษณาแผนปัจจุบันทั้งหมด 50 ชิ้น (ที่ไม่ซ้ำกัน) โดยเป็นโฆษณาที่ผิดกฎหมาย 37 ชิ้น (ร้อยละ 74.0) ยาแผนปัจจุบันที่พบโฆษณาทางสื่อวิทยุมากที่สุดคือ ยาปฏิชีวนะ ได้แก่ ยา tetracycline (19 โฆษณา) และ ยากลุ่มต้านการอักเสบที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ (NSAIDs) ได้แก่ ยา piroxicam (18 โฆษณา) การฝ่าฝืนข้อห้ามการโฆษณาที่พบมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ 1) การแสดงสรรพคุณยาอันตราย (ร้อยละ 54.0) 2) การโอ้อวดสรรพคุณ การแสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จหรือเกินจริง (ร้อยละ 52.0) 3) การชักชวนให้ผู้บริโภคใช้ยาอย่างพร่าเพรีเกินความจำเป็น (ร้อยละ 42.0) **สรุป:** ในชุมชนชนบทยังพบปัญหาการโฆษณาแผนปัจจุบันที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายการโฆษณาทางสื่อวิทยุ ซึ่งอาจทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ยาที่ไม่เหมาะสม และเกิดอันตรายต่อผู้ใช้ยาตามมา ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาและบุคลากรทางสาธารณสุขควรร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาการโฆษณาที่ไม่ถูกต้องกฎหมายเหล่านี้

คำสำคัญ: โฆษณาแผนปัจจุบัน โฆษณาทางสื่อวิทยุ ยาอันตราย วิทยุ การคุ้มครองผู้บริโภค

รับต้นฉบับ: 11 มี.ค. 2562, ได้รับบทความฉบับปรับปรุง: 23 พ.ค. 2562, รับผิดชอบพิมพ์: 2 มิ.ย. 2562

ผู้ประสานงานบทความ: สุระรอง ชินวงศ์ ภาควิชาบริหารเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ E-mail: surarong@gmail.com

ส่วนหนึ่งของงานวิจัยนี้ได้ไปนำเสนอที่งานประชุม Geneva Health Forum 2018 ระหว่างวันที่ 10-12 เมษายน 2561 ที่เมืองเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์

Situation of Medical Advertisements Broadcasted on Radios in Rural Districts of Northern Thailand

Thongpool Mahaprom, Oraphan Suparyong, Dujrudee Chinwong, Surarong Chinwong

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

Abstract

Objective: To survey the situation of illegal medicine advertisements broadcasted on radios in suburb of northern Thailand. **Methods:** The study surveyed advertisements of modern medicines broadcasted on radios in 2 districts in a northern province of Thailand by randomly recording them from 13 local stations with recordable quality of broadcasting. The programs were randomly recorded from the beginning to the closing time of each station. For each station, the broadcasting programs were recorded for 4 days, i.e., 2 weekdays, Saturday and Sunday. **Results:** Five stations (38.46%) violated the law on advertisings of modern medicines. We observed a total of 50 different advertisements of modern medicines with 37 being illegal (74.0%). The most common modern medicines being advertised were antibiotics such as tetracycline (19 advertisements) and non-steroidal anti-inflammatory drugs such as piroxicam (18 advertisements). Three most commonly violated broadcastings were on 1) presenting indications of dangerous drugs (54.0%); 2) over-claiming of indications, exaggerated or false claim (52%); 3) persuading consumers to use medicines unnecessarily (42.0%). **Conclusion:** In rural communities, radio advertisements of illegal medicines were still a problem. This could lead to irrational drug use and harm in the consumers. Therefore, authorities on consumer protection in the area of medicine advertisements and health professionals should collectively act to resolve illegal advertising of medicines.

Keywords: advertisement of modern medicines, radio advertising, dangerous drugs, radio, consumer protection

บทนำ

ปัจจุบันสื่อโฆษณาสินค้าและบริการต่าง ๆ สามารถเข้าถึงประชาชนมากขึ้น (1) ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่าย ผู้บริโภคมักซื้อผลิตภัณฑ์ตามยี่ห้อที่พบเห็นเป็นประจำในสื่อ จึงเกิดการแข่งขันทางด้านการโฆษณาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า (2) วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่กระจายเสียงได้ในพื้นที่กว้าง รับฟังได้ทุกเพศทุกวัย จึงจัดเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนมากกว่าสื่อประเภทอื่น (3)

ในปี พ.ศ. 2557 มีสถานีวิทยุ 3,443 แห่งที่ได้รับอนุญาตให้ทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงตามประกาศของคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 79/2557 (4) ซึ่งถือว่าครอบคลุมทุกพื้นที่ในประเทศไทย ประกอบกับชุมชนในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นชุมชนชนบทที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลและความรู้ในวิทยาการสมัยใหม่ โดยเฉพาะความรู้เรื่องยาและการรักษาโรคที่ถูกต้อง ที่ผ่านมามีการใช้วิทยุกระจายเสียงเป็นช่องทางในการโฆษณายาและผลิตภัณฑ์สุขภาพกับผู้บริโภค ผู้บริโภคที่ได้รับฟังข้อมูลนี้มีโอกาสเสี่ยงที่จะถูกหลอกลวงและหลงเชื่อได้ โดยเฉพาะยาที่โฆษณาบางรายการเป็นยาอันตรายที่กฎหมายห้ามการโฆษณาโดยระบุสรรพคุณ แต่ยังพบเห็นการโฆษณาในทางที่ขัดกับกฎหมายอยู่จำนวนหนึ่ง โฆษณายาทางสื่อสถานีวิทยุกระจายเสียงประเภทสถานีวิทยุในชุมชน ส่วนใหญ่เป็นโฆษณาที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยเป็นโฆษณาที่โอ้อวดเกินจริง ทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน และอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดถูกเอาเปรียบ ถูกหลอกลวง หรือเกิดอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่โฆษณาได้ (3) โฆษณายาที่ผิดกฎหมายเหล่านี้มักทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือและต้องการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น อีกทั้งยังทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่ามีสรรพคุณซึ่งไม่เป็นความจริง (5)

การศึกษาในปี 2548 พบว่ามีโฆษณายา 525 ชิ้นที่ออกอากาศใน 49 สถานีวิทยุ โดยพบว่าเป็นโฆษณาที่ผิดกฎหมายโดยแสดงข้อความที่อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดร้อยละ 55 พบการแสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จร้อยละ 22 และการโฆษณาโอ้อวดหรือเกินจริงร้อยละ 13 (6) การศึกษาในปี 2554 สํารวจโฆษณาทางสถานีวิทยุท้องถิ่นของจังหวัดสงขลาจำนวน 37 สถานี พบการโฆษณายาละเมิดกฎหมายเป็นจำนวน 297 ชิ้นโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 64.01 และยัง

พบว่าการละเมิดกฎหมายโดยแสดงสรรพคุณทางยาที่ไม่น่าเชื่อถือมีสูงมากกว่าอาหารและเครื่องสำอาง (7)

จากการศึกษาของโครงการมีเดียมอนิเตอร์ร่วมกับแผนงานพัฒนากลไกเฝ้าระวังระบบยา (กพย.) และคณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้วิเคราะห์สปอตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามทางวิทยุกระจายเสียงที่ปรากฏในเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ระหว่างปี พ.ศ. 2555-2556 พบโฆษณายา 26 ชิ้นสปอตจาก 18 ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ทางสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แจ้งว่าผลิตภัณฑ์ยาทั้งหมดที่ส่งให้ตรวจสอบนั้นไม่ได้รับการอนุญาตโฆษณา ซึ่งเป็นการฝ่าฝืน พ.ร.บ.ยา พ.ศ.2510 ในส่วนของเนื้อหาการโฆษณามีข้อความที่ผิดกฎหมายพบมากที่สุด คือ การโอ้อวดสรรพคุณว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาดพบ 12 ชิ้นสปอต จาก 7 ผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ การแสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินจริง พบ 11 ชิ้นสปอต จาก 9 ผลิตภัณฑ์ (8)

จากข้อมูลที่แสดงจะเห็นได้ว่า ปัญหาการโฆษณายาที่ฝ่าฝืนกฎหมายก็ยังสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในวิทยุท้องถิ่น อาจเนื่องจากการกักกันดูแลการโฆษณาสินค้าต่าง ๆ ในวิทยุท้องถิ่นยังไม่เข้มแข็ง (9) รวมทั้งในพื้นที่วิจัยยังไม่พบข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับสถานการณ์การโฆษณายาแผนปัจจุบันที่ไม่ได้รับอนุญาตทางสื่อวิทยุ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาลักษณะของการโฆษณายาแผนปัจจุบันทางวิทยุที่ผิดกฎหมายในชุมชนชนบท

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โครงสร้างการวิจัยและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับจริยธรรมงานวิจัยในมนุษย์ของการศึกษานี้ได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมงานวิจัยของคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วันที่ 27 สิงหาคม 2557 (หมายเลขบันทึก 27/2557)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ สถานีวิทยุที่มีการเผยแพร่รายการในระบบ F.M. ซึ่งตั้งอยู่ใน 2 อำเภอที่เป็นเขตชนบทของจังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือ ช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลคือระยะเวลา 30 วันในช่วงเดือนกันยายนถึงตุลาคม 2557

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากสถานีเฉพาะที่สามารถรับฟังได้ชัดเจนจำนวน 13 สถานี โดยบันทึกการตั้งแต่ละสถานี เปิดทำการจนถึงสถานีปิดทำการ โดยในแต่ละสถานี เลือกบันทึกโดยสุ่มเลือกวันที่ออกอากาศในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์ จำนวน 2 วัน วันเสาร์และอาทิตย์ (รวมเป็นสถานีละ 4 วัน) เนื่องจากผังรายการออกอากาศมีความแตกต่างกันในวันธรรมดากับวันหยุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยคือ เครื่องบันทึกเสียง แบบบันทึกและประเมินความถูกต้องของโฆษณาทางสื่อวิทยุ โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มาตรา 88, 89, 90 และเกณฑ์ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยา พ.ศ. 2545 รวมทั้งประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องโรคหรืออาการของโรคที่ห้ามโฆษณา ซึ่งครอบคลุมโรคเบาหวาน มะเร็ง อัมพาต วัณโรค โรคเรื้อน โรคหรืออาการโรคของสมอง หัวใจ ปอด ตับ ม้าม และไต

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความถูกต้องของโฆษณาทางสื่อวิทยุ โดยให้เภสัชกรผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายการโฆษณาจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้พิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหาในแบบประเมิน ได้แก่ อาจารย์เภสัชกร 1 ท่าน มีความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายและสอนเรื่องกฎหมายและจริยธรรมมานานกว่า 10 ปี และเภสัชกรฝ่ายคุ้มครองผู้บริโภค 2 ท่านที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ และรับผิดชอบเรื่องโฆษณาของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมานานกว่า 5 ปี รวมทั้งเป็นพนักงานของรัฐที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทยา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยถอดเทปบันทึกเสียงที่บันทึกได้ และนำเนื้อหาการโฆษณามาประเมินตามกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาดังกล่าวมาแล้ว ในขั้นตอนการประเมินทำโดยผู้วิจัย 2 คน โดยมีการทดสอบประเมินความถูกต้องของการโฆษณาก่อนการเก็บข้อมูลจริงและในระหว่างการทำกรวิจัย ผู้วิจัยทั้ง 2 คนได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ตลอดเวลา เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของการประเมินมากที่สุด

การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนาในรูปของจำนวนและร้อยละ

ผลการวิจัย

การสำรวจโฆษณาทางวิทยุ

จำนวนสถานีวิทยุที่สามารถรับฟังได้อย่างชัดเจนใน 2 อำเภอมีทั้งหมด 13 สถานี พบโฆษณาแผนปัจจุบันที่ผิดกฎหมายใน 5 สถานี ซึ่งเป็นสถานีวิทยุท้องถิ่นทั้ง 5 สถานี โฆษณาที่ผิดกฎหมายอยู่ในรายการประเภทดนตรี และเพลง ส่วนอีก 8 สถานีที่ไม่พบโฆษณาที่ผิดกฎหมายนั้น 3 สถานีเป็นสถานีวิทยุท้องถิ่นและ 5 สถานีเป็นสถานีวิทยุที่มีพื้นที่การกระจายเสียงค่อนข้างกว้าง ได้แก่ วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุทหารเรือ และสถานีวิทยุ อสมท.

การบันทึกเสียงเป็นระยะเวลา 52 วัน-สถานี พบโฆษณาแผนปัจจุบันทั้งหมด 50 ชิ้นโฆษณาที่มีความแตกต่างกันในเนื้อหาหรือวิธีการนำเสนอ โดยเป็นโฆษณาที่ผิดกฎหมายจำนวน 37 ชิ้น (ร้อยละ 74.0) เมื่อพิจารณาตามรูปแบบโฆษณาพบว่า ชิ้นโฆษณาที่ผ่านการพูดของนักจัดรายการวิทยุ การบอกเล่าประสบการณ์การใช้ยาผ่านจดหมายหรือโทรศัพท์ และการโฆษณาในรูปแบบเพลง มีการละเมิดข้อห้ามในการโฆษณาทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) สปอตโฆษณาพบการละเมิดข้อห้ามร้อยละ 58.1 ของจำนวนชิ้นโฆษณา (ตารางที่ 1)

จากโฆษณา 50 ชิ้น พบว่าเป็นการโฆษณาทั้งหมด 17 ชื่อการค้าที่แตกต่างกัน โฆษณาส่วนใหญ่ที่พบเป็นหลักมี 2 ชื่อการค้าคือ G (tetracycline) จำนวน 19 ชิ้น โฆษณาที่แตกต่างกัน (ร้อยละ 38.0) รองลงมาพบโฆษณา P (piroxicam) จำนวน 18 ชิ้นโฆษณาที่แตกต่างกัน (ร้อยละ 36.0) แสดงดังตารางที่ 2 ส่วนตารางที่ 3 แสดงลักษณะของโฆษณาที่ผิดกฎหมาย

การประเมินความถูกต้องของโฆษณา

ผลการศึกษาที่แสดงต่อไปนี้จะแสดงด้วยชื่อสามัญทางยาของยาที่โฆษณาในวงเล็บ แต่ในสื่อโฆษณาดังกล่าวจะเป็นชื่อการค้าของยาที่โฆษณา

การโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย: การศึกษาพบการโฆษณาอันตราย ได้แก่ ยาในกลุ่มยาด้านอักเสบที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ (NSAIDs) กลุ่มยาปฏิชีวนะ และยาถ่ายพยาธิ ดังนี้

“...(piroxicam) บรรเทาอาการปวด อาการอักเสบ กล้ามเนื้อ และโรคข้อ (piroxicam) กล้องสีเขียว ก่า xx (ชื่อการค้า) มีจำหน่ายแล้วตามร้านขายยาทั่วประเทศ” (ภาษา

ตารางที่ 1. จำนวนและร้อยละของโฆษณาจำแนกตามรูปแบบการจัดรายการ

รูปแบบ	จำนวนชิ้นโฆษณา (ชิ้น)	ถูกกฎหมาย		ผิดกฎหมาย	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สปอตโฆษณา	31	13	41.9	18	58.1
โฆษณาโดยนักจัดรายการวิทยุ	17	-	-	17	100.0
การบอกเล่าประสบการณ์การใช้ยา	1	-	-	1	100.0
เพลงโฆษณา	1	-	-	1	100.0
รวม	50	13	26.0	37	74.0

เหนือ) (สปอตโฆษณาจากสถานี ก ในอำเภอ 1 และ 2 และจากสถานี ง ในอำเภอ 1)

“(tetracycline-1) นอกจากจะรักษามดลูกอักเสบแล้ว ยังสามารถรักษาอาการติดเชื้อ แผลฝีหนอง และอาการอักเสบต่าง ๆ ได้อีกนำพร้อม จำชื่อ (tetracycline-1) (tetracycline-1) (tetracycline-1)” (สปอตโฆษณาจากสถานี

ก และ ข ในอำเภอ 1 และ 2 และจากสถานี จ ในอำเภอ 2) การโอ้อวดสรรพคุณของยาว่าสามารถบำบัดบรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยา อันเป็นเท็จ หรือเกินความจริง: “...แก้ปวดเส้นปวดเอ็นได้ดีจริงจริง...” (สปอตโฆษณาจากสถานี ง ในอำเภอ 1)

ตารางที่ 2. โฆษณายาแผนปัจจุบันทางสื่อวิทยุจำแนกตามชื่อการค้า

กลุ่มยา	ชื่อการค้า (ชื่อย่อ)	จำนวนชิ้นโฆษณา (n=50)	
		จำนวน	ร้อยละ ¹
ยาด้านการอักเสบที่ไม่ใช่สเตียรอยด์	1. P (piroxicam)	18	36.0
	2. NZ (diclofenac)	3	6.0
	3. D gel (diclofenac)	1	2.0
ยาปฏิชีวนะ	4. G (tetracycline-1)	19	38.0
	5. TM (tetracycline-2)	3	6.0
ยาถ่ายพยาธิ	6. V (niclosamide)	5	10.0
	7. B (mebendazole)	1	2.0
ยาแก้ปวด ลดไข้ ลดน้ำมูก	8. T (paracetamol, chlorpheniramine maleate, phenylephrine HCl)	2	4.0
	9. Z (paracetamol)	1	2.0
	10. S (carbocysteine)	1	2.0
ยาแก้ไอ	11. L (brown mixture)	1	2.0
	12. A (antacid)	2	4.0
	13. R (salol et menthol mixture)	1	2.0
ยาระบบทางเดินอาหาร	14. B (sodium bicarbonate)	1	2.0
	15. C (clotrimazole)	1	2.0
	16. N Shampoo (ketoconazole)	1	2.0
อื่น ๆ	17. N balm	1	2.0

1: ผลรวมของจำนวนและร้อยละของชิ้นโฆษณาเกิน 50 ชิ้น (ร้อยละ 100) เนื่องจากโฆษณา 1 ชิ้นอาจนำเสนอสินค้ามากกว่า 1 ชื่อการค้า

ตารางที่ 3. ลักษณะของโฆษณายาที่ผิดกฎหมาย

ข้อห้ามในการโฆษณา	จำนวนชิ้นโฆษณา (n=50)	
	จำนวน	ร้อยละ ¹
1. การโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย	27	54.0
2. โอ้อวดสรรพคุณของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์ หรือหายขาด หรือการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยา อันเป็นเท็จ หรือเกินความจริง	26	52.0
3. ชักชวนให้ผู้บริโภคใช้ยาอย่างพร่ำเพรื่อเกินความจำเป็นหรือทำให้เข้าใจว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้บริโภคเป็นประจำ	21	42.0
4. แสดงความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย	12	26.0
5. การโฆษณาขายยาโดยที่มีการรับรอง หรือยกย่องสรรพคุณโดยบุคคลอื่น	10	20.0
6. โฆษณาโดยวิธีชิงโชค / แจกแถม / ออกสลากรางวัล	5	10.0
7. แสดงขนาดของการใช้ยาไม่ถูกต้อง	2	4.0
8. การเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น	2	4.0
9. โฆษณาขายยาโดยการร้องรำทำเพลง	1	2.0
10. แสดงข้อเท็จจริง อันเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย	1	2.0

1: ผลรวมของจำนวนและร้อยละของชิ้นโฆษณาเกิน 50 ชิ้น (ร้อยละ 100) เนื่องจากโฆษณา 1 ชิ้นอาจจะเกิดข้อห้ามในการโฆษณาได้มากกว่า 1 ข้อ

“...ใช้ได้ดี และปลอดภัย ไม่บวม ไม่พก ไม่จู้ ไม่เป็นอันตราย ไตไม่พัง...” (โฆษณา Piroxicam โดยนักจัดรายการวิทยุจากสถานี ค ในอำเภอ 1 และ 2)

“...(niclosamide) กินขาด ฆ่าพยาธิในลำไส้ ตายยกวัง” (สปอตโฆษณาจากสถานี ข ในอำเภอ 1 และ 2)

“...ยามดลูก (tetracycline-1) รักษาหลอดลมดีจริง ๆ นะ มดลูกอักเสบ ติดเชื้อ ปวดท้องน้อย ตึงไปทั้งบั้นเอวหรือว่าตกขาว กินยามดลูก (tetracycline-1) หายสบายใจ...” (สปอตโฆษณาจากสถานี ข ในอำเภอ 1 และ 2)

การชักชวนให้ผู้บริโภคใช้ยาอย่างพร่ำเพรื่อเกินความจำเป็นหรือทำให้เข้าใจว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้บริโภคเป็นประจำ:

“...ใครที่มีพฤติกรรมกินสุก ๆ ดิบ ๆ 2 เดือนถ่ายเทื่อหนึ่ง ใครที่ไม่มีพฤติกรรมกินสุก ๆ ดิบ ๆ 4 เดือนถ่ายเทื่อหนึ่งนะคะ...” (โฆษณาโดยนักจัดรายการวิทยุภาษาอีสาน จากสถานี ข ในอำเภอ 1 และ 2)

“...ออกทะเลเป็นประจำ กว่าจะกลับก็หลายวัน ก็ต้องพกไปเสมอก็เพราะต้องใช้...” (สปอตโฆษณาแก้ไข้ น้ำดำตรา xx ภาษาใต้จากสถานี ค ในอำเภอ 1 และ 2)

“แม่ : เนี่ย เนี่ย เนี่ย! เป็นว่าอาการของแม่ย่าแม่ญิงมันต้องกินยาเนื้อน้อย ยามดลูก (tetracycline-1)

ลูกสาว : ยามดลูก (tetracycline-1) มันแก้อะหยังได้ฟองกาอี่แม่

แม่ : มันแก่วลามดลูกอีกเสบ ติดเชื้อ ปวดท้องน้อย ปวดบั้นเอว ตกขาวอี่นา ยามดลูก (Tetracycline-1) ดิงจ้วยหื้อแม่ย่า แม่ญิงได้หมด ปาเดวนิแม่มีงก่อจะกินชักน้อยเหมือนกันละนี้” (สปอตโฆษณาภาษาเหนือ จากสถานี ค ในอำเภอ 1 และ 2)

การแสดงความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย โดยแสดงความทุกข์ทรมานจากอาการปวดตามร่างกาย กล้ามเนื้อ อากาการอักเสบมดลูก และการโฆษณาขายยาโดยที่มีการรับรอง หรือยกย่องสรรพคุณโดยบุคคลอื่น:

“ฮาย : โอ้ย! บิ่แล้ว บิ่จนสะโพกเคล็ดละสิพี่ยั้งยั้ง ยั้งยั้ง : อ่า ก็นิ้ว (diclofenac) คู๋ใจของพวกเราซี” (สปอตโฆษณาจากสถานี ง ในอำเภอ 1)

“...โอ้ย! มันปวด มันเมื่อย ไปหมัดเลยหนาแม่ จะลูก จะนึ่ง จะเดิน มันทรมาณขนาด...” (สปอตโฆษณา piroxicam ภาษาเหนือ จากสถานี ก ในอำเภอ 1 และ 2 และจากสถานีวิทยุ จ ในอำเภอ 2)

“...ปวดต้องละก่อเจ็บแหว ทรมาณ แกนต้องน้อยมานิกะ โอ้ย! บิ่ไหวแล้ว...” (tetracycline-1 ภาษาเหนือ โฆษณาโดยนักจัดรายการวิทยุจากสถานี ค ในอำเภอ 1 และ 2)

โฆษณาโดยวิธีชิงโชค แจกแถม และออกสลากรางวัล: พบการโฆษณาโดยชักชวนให้ผู้ฟังส่งกล่องเปล่าของยาทั้งชื่อการค้าเดียวกันหรือต่างกันได้ ให้ครบตามจำนวนที่กำหนดเพื่อแลกของรางวัล หรือผู้ที่เขียนบรรยายผลการใช้ยาจะได้รับของรางวัลพิเศษ และทุกครั้งที่ส่งกล่องเปล่ามาจะมีสิทธิ์ร่วมลุ้นในการจับรางวัลใหญ่อีกครั้ง

“...แจกโชค 2 ชั้น โชคชั้นที่ 1 รับกันทันทีกับเสื้อฮาวาย เนื้อผ้าคอตตอน เนื้อหนา ผัด สีสวย ขนาดตาบดใจใส่แล้วโดดเด่น เย็นสบาย คลายร้อน แจกให้คุณแบบไม่อั้น โชคชั้นที่ 2 ลุ้นรับ จีบ แจก จี๋ทองคำแท้ ไม่ลอก ไม่ดำ จำนวนได้มูลค่า 2,000 บาท จำนวน 300 รางวัล จีบแจกกันทุกสิ้นเดือน กติกาเพียงคุณส่งกล่องเปล่าของ (tetracycline-1) (piroxicam) หรือ (niclosamide) เพียงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันมาให้ครบ 4 กล่อง แสตมป์ 30 บาท แล้วจำหน่ายของถึง (เพื่อนักจัดรายการวิทยุและที่อยู่) แล้วอย่าลืมเขียนบอกเล่าถึงผลการใช้ว่า (tetracycline-1) (piroxicam) หรือ (niclosamide) ใช้ดีอย่างไร รับฟังจากสถานีวิทยุใด อำเภอจังหวัดใด แค่นี้ คุณก็เป็นผู้ที่โชคดีได้ทันที...” (สพอตโฆษณาจากสถานี ข ในอำเภอ 1 และ 2)

การเปรียบเทียบทัศนคติผลิตภัณฑ์อื่น:

“...อาการมดลูก อักเสบ ติดเชื้อ เป็นแผลเรื้อรัง แผลอักเสบ คุณผู้ฟังคะ ใช้ (tetracycline-1) เท่านั้น อย่างอื่นเนี่ยแทนไม่ได้ ต้องยากับคนขายทุกครั้ง (tetracycline-1) กล่องสี่เหลือง...” (โฆษณาโดยนักจัดรายการวิทยุจากสถานี ข และ ค ในอำเภอ 1 และ 2)

การโฆษณาขายยาโดยการร้องรำทำเพลง: ทั้งนี้ผู้ขับร้องเป็นศิลปินนักร้องที่มีชื่อเสียง โดยมีเนื้อเพลงว่า

“เกิดเป็นคนรวยหรือจนเหมือน ๆ กัน มีกระดูกเนื้อไข่มันรวมตัวกันเป็นสังขาร แต่ทุกอย่างก็ร่วงโรยไปตามกาล ต้องเจ็บปวดทรมานเพื่อความฝันที่หมายปอง (*) ลูกขึ้นเถิดพี่น้องไทยหัวใจสู้ (piroxicam) ของเรายังเคียงคู่ สองมือชูรับเหรียญทอง สู้ต่อไปเถิดไม่นานหรืออกพี่น้อง แม้เจ็บปวดจนต้องร้อง แต่รับรองว่าไม่นาน อีสานเขาว่าว่า (piroxicam) ของหมู่เฮาเขาจัดปึก เนื้อ กลาง ใต้ เขาพูดว่า (piroxicam) ของเราหยุดเจ็บปวด (piroxicam) สีเขียวจะเคียงข้างคนสร้างงาน ที่เจ็บปวดทรมาน จนกว่าฝันจะเป็นจริง (ซ้ำ *)”

การแสดงข้อเท็จจริง อันเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย: มีการแสดงข้อความของการขายยาในสถานที่ซึ่งไม่ได้รับอนุญาตขายยา โดยมีการโฆษณาว่ายา tetracycline

ที่เป็นยาอันตรายมีขายตามร้านค้าทั่วไป แต่ความจริงแล้ว ยาอันตรายต้องจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบันเท่านั้น ดังข้อความต่อไปนี้

“(tetracycline-2) (tetracycline-2) เป็นแผล ผื่น หนอง ใช้(tetracycline-2) มดลูกอักเสบปวดท้องน้อยใช้ (tetracycline-2) (tetracycline-2) ใช้เป็นยารักษาแผลผื่น หนอง อาการอักเสบของมดลูก และแผลต่าง ๆ ได้ดีจริง ๆ (tetracycline-2) เป็นเจ้าของเดียวกับ xx หาซื้อได้ตามร้านค้า ร้านขายยาทั่วไป ” (สพอตโฆษณาจากสถานี ง ในอำเภอ 1)

สรุปผลและอภิปรายผล

รูปแบบของโฆษณาในวิทยุอยู่ในรูปของสพอตโฆษณามากที่สุด (ร้อยละ 60) ตามด้วยการโฆษณาโดยนักจัดรายการวิทยุ (ร้อยละ 34) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร และคณะ (11) ที่ศึกษาในวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2536 พบว่ามีการโฆษณาโดยวิธีสพอตถึงร้อยละ 90 และสอดคล้องกับการศึกษาของกนกพร ชนะคำ (12) ในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ปี พ.ศ. 2558 ที่พบโฆษณาในรูปแบบสพอตมากที่สุดร้อยละ 45 แต่การศึกษาของมัลลิกา จันทรวงศ์ (3) และอรอุษา สุวรรณณีนี (5) พบรูปแบบการโฆษณาโดยนักจัดรายการวิทยุมากกว่ารูปแบบสพอตโฆษณา

การศึกษารั้งนี้พบโฆษณาที่ผิดกฎหมายจำนวน 37 ชิ้น (ร้อยละ 74.0) ใน 52 วัน-สถานี และพบว่าทุกชิ้นของการโฆษณาโดยนักจัดรายการวิทยุ และการบอกเล่าประสบการณ์การใช้ยาผ่านจดหมายหรือโทรศัพท์นั้น ละเมิดข้อห้ามของการโฆษณาทั้งหมด สอดคล้องกับการศึกษาของวิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียรและคณะ (11) ที่พบว่ารูปแบบการโฆษณาโดยการพูดสดละเมิดข้อห้ามในการโฆษณาทุกชิ้นโฆษณา การศึกษาของมัลลิกา จันทรวงศ์ (3) พบว่า การโฆษณาโดยนักจัดรายการวิทยุมีจำนวนมากและละเมิดข้อห้ามการโฆษณาสูงถึงร้อยละ 72.4 ของจำนวนชิ้นโฆษณาทั้งหมด

ในการศึกษานี้พบข้อห้ามที่มีการฝ่าฝืนมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ 1) การโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย 2) การโฆษณาโดยอวดสรรพคุณของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์ หรือหายขาด หรือการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

3) การโฆษณาชักชวนให้ผู้บริโภคใช้ยาอย่างพร่ำเพรื่อเกินความจำเป็นหรือทำให้เข้าใจว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้บริโภคเป็นประจำ ผลการศึกษานี้คล้ายคลึงกับการศึกษาของกนกพร ชนะคำ (12) และ มัลลิกา จันทรวงศ์ (3) ที่พบการแสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริงมากที่สุด และการโฆษณาขายยาโดยโอ้อวดสรรพคุณเป็นลำดับถัดมา นอกจากนี้ยังพบการโฆษณาขายยาที่ฝ่าฝืนมาตรา 88 ตาม (พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 หมวด 11 การโฆษณา) ซึ่งเป็นความผิดในกรณีที่แสดงสรรพคุณยานั้นเป็นเท็จหรือเกินความจริง ร้อยละ 10.0 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการโฆษณาอันตราย ยกตัวอย่างเช่น ยา tetracycline-1 มีการแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการใช้ยาปฏิชีวนะในการรักษาแผลหลังผ่าตัดและรักษามดลูกอักเสบจากการยืนหรือเดินนาน ๆ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของกฤติยา โลมาศ และกรแก้ว จันทภาษา (13) ที่พบการฝ่าฝืนมาตรา 88 ซึ่งเป็นความผิดในกรณีโฆษณาโดยแสดงสรรพคุณยานั้นเป็นเท็จหรือเกินความจริงและแสดงสรรพคุณของยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ร้อยละ 40.7

ยาอันตรายส่วนใหญ่ที่พบในการศึกษาเป็นยากลุ่ม NSAIDS ได้แก่ ยา piroxicam และยาปฏิชีวนะ ได้แก่ยา tetracycline ซึ่งยาดังกล่าวจัดเป็นยาอันตราย ซึ่งไม่อนุญาตให้มีการโฆษณา (9) นอกจากนี้ การโฆษณายาทั้ง 2 ชื่อการค้า มีการชักชวนให้ผู้บริโภคใช้ยาอย่างพร่ำเพรื่อเกินความจำเป็น หรือทำให้เข้าใจว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นประจำ เช่น อาการหวัด เจ็บตา เจ็บคอ หรือเจ็บหู หรืออาการปวดท้องน้อยจากการที่เดินนาน ๆ หรือยืนนาน ๆ โดยเรียกอาการนี้ว่า 'มดลูกอักเสบ' ซึ่งอาการเหล่านี้ส่วนใหญ่มิจำเป็นต้องใช้ยาปฏิชีวนะในการรักษา

การใช้ยา tetracycline ในปัจจุบันไม่มีประสิทธิภาพในการรักษาการติดเชื้อบางชนิดได้ เนื่องจากพบการดื้อยาสูงขึ้น เช่น การติดเชื้อที่ทางเดินหายใจ ผลการทดสอบความไวของเชื้อแบคทีเรียต่อยาด้านจุลชีพจากสิ่งส่งตรวจประจำปี 2549 ของ โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยนครเชียงใหม่ แสดงผลความไวของเชื้อ *S. Pneumoniae* ต่อยา tetracycline เพียงร้อยละ 43 (14) ดังนั้นผู้ที่ติดเชื้อทางเดินหายใจบางชนิดจะไม่สามารถใช้ยานี้ได้ และควรตระหนักถึงผลข้างเคียงของยาด้วย เพราะ tetracycline มีผลรบกวนการเจริญเติบโตของกระดูกและฟัน ซึ่งเป็นข้อห้ามการใช้ยาในหญิงตั้งครรภ์และเด็กเล็กที่ฟันแท้ยังขึ้นไม่ครบ (15) ดังนั้นการใช้ยาปฏิชีวนะโดยไม่มีข้อบ่งชี้ ถือว่าเป็นการ

บริโภคยาอย่างฟุ่มเฟือย ส่งผลเสียต่อสุขภาพและยังทำให้เสียทรัพยากรอีกด้วย

รูปแบบการโฆษณาส่วนใหญ่เป็นการโฆษณาโดยนักจัดรายการวิทยุ และมุ่งเน้นไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้ใช้แรงงาน เกษตรกร ข้าราชการ ผู้หญิง และนักกีฬา เป็นต้น เนื่องจากโฆษณายาสร้างจุดขายผลิตภัณฑ์โดยแสดงสรรพคุณของยาสำหรับรักษาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อจากการใช้ร่างกายอย่างหนักหรือการมุ่งเน้นที่เพศหญิง โดยใช้สโลแกนว่า ยา tetracycline-1 (ชื่อการค้า) ขวัญใจคุณผู้หญิง หรือยามดลูก tetracycline-1 (ชื่อการค้า) เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของลือชัย ศรีเงินยวง (16) ที่พบว่า การโฆษณาทำให้เกิดความเชื่อว่า ยาปฏิชีวนะ (โดยเฉพาะยา tetracycline) เป็นยาสำหรับอาการป่วยที่เกิดกับมดลูก ทำให้บริษัทใช้ประโยชน์จากความกำกวมของคำว่า 'อักเสบ' ที่เกิดจากการติดเชื้อ และการอักเสบที่ไม่ได้เกิดจากการติดเชื้อมาเป็นจุดขายสินค้า

นอกจากนี้ยังพบว่ามี การแสดงชื่อการค้าที่กำกวมซึ่งชื่อการค้าหนึ่ง ๆ อาจตีความได้หลายผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบการโฆษณาของนักจัดรายการที่พูดถึงสินค้าสองชิ้น ได้แก่ยา piroxicam (ชื่อการค้า ป) และน้ำมันยา ป. (ชื่อการค้าเดียวกับยา piroxicam) ในโฆษณาตัวเดียวกันทำให้เกิดความสับสนว่า ผลิตภัณฑ์ 2 ชิ้นนี้คือสิ่งเดียวกันหรือไม่ การโฆษณาโดยใช้คำว่า 'ยา ป.' เป็นการตั้งใจแอบแฝงยาอีกชนิดหนึ่งซึ่งหมายถึงยา piroxicam นั่นเอง ทั้งนี้เนื่องจากว่ายา piroxicam เป็นยาในรูปแบบรับประทานที่เป็นยาอันตรายและไม่สามารถโฆษณาได้ต่อประชาชน นอกจากนี้ยังพบการใช้คำว่า piroxicam (ชื่อการค้า) กล่องสี่เหลี่ยมตรา xx (ชื่อการค้า) และ น้ำมันยา ป. กล่องสี่เหลี่ยมตรา xx (ชื่อการค้า) ซึ่งมีรูปแบบกล่องสี่เหลี่ยมตรา xx (ชื่อการค้า) เหมือนกัน ซึ่งเป็นการทำให้ผู้ฟังตีความเป็นยา รูปแบบเดียวกันได้

นอกจากนี้ยังพบการโฆษณาแฝงที่ผู้บริโภคอาจไม่ทราบว่าเป็นการโฆษณาสินค้า ซึ่งพบมากในการโฆษณาโดยวิธีชิงโชคหรือแจกแถม โดยให้ผู้ฟังสะสมกล่องเปล่าของยาตามจำนวนที่กำหนดแล้วส่งไปทางไปรษณีย์เพื่อแลกของรางวัล ซึ่งส่งมากก็ได้ของรางวัลมากและให้รีบส่งเพราะของรางวัลมีจำนวนจำกัด นอกจากนี้ผู้ฟังที่เขียนจดหมายเล่าถึงประสบการณ์การใช้ยาจะได้รับได้ของรางวัลพิเศษ และมีสิทธิ์ลุ้นรับสร้อยคอทองคำ ทั้งนี้ก็เป็นการตลาดอย่างหนึ่ง

เพื่อที่จะใช้จดหมายนั้นโฆษณาแฝงว่ามีผู้ขายแล้วอาการดีขึ้นจริง และเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อยามาใช้มากขึ้น เพื่อจะได้แลกของรางวัลได้หลายชิ้น สอดคล้องกับการศึกษาของมัลลิกา จันทรวงศ์ (3) ที่พบโฆษณาแฝงโดยการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ใช้ยาหรือให้ผู้ฟังทางบ้านเขียนจดหมายมาเล่าประสบการณ์การใช้ เป็นรูปแบบการโฆษณาที่สร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าได้มาก

ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากการสุ่มบันทึกรายการของสถานีวิทยุใน 2 อำเภอที่ตั้งในเขตชนบททางภาคเหนือของประเทศไทย นอกจากนี้การศึกษายังใช้เวลาเพียง 1 เดือน ข้อมูลที่พบจึงอาจยังไม่ใช้ข้อมูลทั้งหมดของการโฆษณาแฝงในปัจจุบันในวิทยุ ประกอบกับช่วงเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นช่วงที่ประเทศไทยเกิดวิกฤตทางการเมือง มีคณะกรรมการความสงบแห่งชาติควบคุมการปกครองประเทศ และมีประกาศระงับการออกอากาศของสถานีวิทยุชุมชนที่ไม่ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ดังนั้นข้อมูลการกระทำผิดที่พบจากการศึกษาที่ได้อาจต่ำกว่าความเป็นจริง

การประเมินความถูกต้องตามกฎหมายของโฆษณาทางสื่อวิทยุอาจได้ผลแตกต่าง โดยขึ้นกับความรู้และประสบการณ์ของผู้ตีความ ในการศึกษา การตัดสินใจเป็นการตีความของผู้วิจัยเอง แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านการโฆษณาในประเด็นที่สงสัยโดยตลอด

ข้อเสนอแนะ

การโฆษณาส่วนใหญ่เป็นการโฆษณาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย ซึ่งปกติแล้วกฎหมายไม่อนุญาตให้มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ นอกจากนั้นยังมีการโอ้อวดสรรพคุณของยาหรือแสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จ เกินจริง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคควรเร่งเข้ามาจัดการกับปัญหาดังกล่าว รวมถึงให้ความรู้แก่ผู้บริโภค ไม่ให้หลงเชื่อคำโฆษณา และควรแนะนำแนวทางการเลือกซื้อยาที่ถูกต้องเหมาะสมด้วย

การโฆษณาโดยนักจัดรายการวิทยุ สามารถควบคุมได้ยาก เนื่องจากเป็นการพูดสด จึงมีความเสี่ยงที่จะละเมิดกฎหมายการโฆษณาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มาก ดังนั้นการทำความเข้าใจกับนักจัดรายการวิทยุจึงมีความสำคัญ เพราะนักจัดรายการวิทยุบางท่าน อาจจะไม่ทราบถึงการกระทำที่เสี่ยงต่อการกระทำผิดกฎหมายได้

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ได้สละเวลาและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ตลอดจนเภสัชกรผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายการโฆษณาฯ ทั้ง 3 ท่านที่ให้การช่วยเหลือและคำแนะนำในการทำงานวิจัย ขอขอบคุณคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่สนับสนุนทุนในการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

1. Office of the Consumer Protection Board. Consumer protection in advertising [online]. 2009 [cited June 13, 2013]; Available from: 123.242.175.89/office/consumerprotection/คู่มือโฆษณา.pdf.
2. Office of the Consumer Protection Board. The 4th ad detectives project [online]. 2012 [cited June 13, 2013]; Available from: www.ocpb.go.th/download/pdf/ad2.pdf
3. Chuntarawong M. Situation and impacts of drug and health product advertisements with legal problems on community radio broadcasts toward consumers in Chiang Mai Province [master Thesis] Chiang Mai: Chiang Mai University; 2011.
4. Anon. The resolution for illegal advertisings of medicines, food and health products in radios, television, and internet [online]. 2012 [cited June 13, 2013]; Available from: www.samatcha.org/sites/default/files/document/0405-Main-4-1.pdf.
5. Suwanmanee O. Advertising of health products with illegal drugs claim among local radios [master thesis]. Songkhla: Prince of Songkla University; 2012.
6. Kittisopee T, Anantachoti P, Tangcharoensathien V. Radio drug advertisement situation and 2regulation in Thailand [online]. 2005 [cited April 28, 2019]; Available from: kb.hsri.or.th/dspace/.
7. Suwanmanee O, Lerkiatbundit S. Illegal advertising of products classified as drugs by law among local radios. Thai Journal of Pharmacy Practice 2011; 3: 41-56.
8. Office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission. Random check on radio advertisements of health and beauty products found

- 96% being illegal. Consumers are at risk of "being deceived, wasting money, being harm and death". Proposal for FDA, NBTC, National Police Bureau to enforce the law strictly, actively and in timely fashion to protect the public [online]. 2013 [cited Apr 25, 2019]; Available from: www.nbtc.go.th/News/Press-Center/sumsitikasapattitayuphonnanalitkankhsuphaphaewlaewamangam-ph.aspx.
9. Anon. The resolution for illegal advertisings of medicines, food and health products in radios, television, and internet [online]. 2012 [cited April 4, 2019]; Available from: www.samatcha.org/node/111.
10. Drug Act, B.E. 2510. Royal Gazette No. 84, Part 101 special (Oct 20, 1967).
11. Tangchroensathien V, Kongsawat S, Wadwongtham A, Eurchaikul C, Eupamayun Y, Taruekachong S, et al. Survey on radio advertisement of food, drug and cosmetics, 1993 [online]. 1993 [cited 2014 Sept 24]. Available from: kb.hsri.or.th/dspace/
12. Chanakha K. Prevalence of illegal health product advertisements on local radio broadcasts in Amphur Mueang, Buriram Province. Thai Journal of Pharmacy Practice. 2015; 8:435-41.
13. Lomas K, Chanthapasa K. The situation of radio advertisement of drug and food claimed as drug in Phraibung municipality, Sisaket province. Isan Journal of Pharmaceutical Sciences 2012; 8: 55-60.
14. Diagnostic laboratory, Maharaj Nakorn Chiang Mai Hospital. Results on bacterial antibiotic susceptibility test of the specimens [online]. 2014 [cited Nov 26, 2014]. Available from: www.med.cmu.ac.th/hospital/lab/2011/index.php?option=com_content&view=article&id=87%3Aantibiogram&catid=91&Itemid=563.
15. Speer BS, Shoemaker NB, Salyers AA. Bacterial resistance to tetracycline: mechanisms, transfer, and clinical significance. Clin Microbiol Rev 1992; 5: 387-99.
16. Sringanyuang L. The uterus and drug use of rural women in Northeast. Health System Research Journal 1996; 4: 61-6.