

สถานการณ์และแนวทางการเฝ้าระวังปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ทางสื่อวิทยุกระจายเสียงในอำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด
Situation and Surveillance of Health Products on Radio Advertising
in Si Somdet District, Roi-Et

พิทยาภรณ์ ศรีคำภา*

Pittayaporn Srikumpa

Corresponding author : kawao2523@gmail.com

(Received : June 29, 2020 ; Revised : July 20, 2020 ; Accepted : July 30, 2020)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ : เพื่อศึกษาสถานการณ์การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายทางสถานีวิทยุที่รับฟังได้ชัดเจน ในพื้นที่อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด และการวางแผนการเฝ้าระวังในพื้นที่

รูปแบบการวิจัย : วิจัยเชิงปฏิบัติการ

วัสดุและวิธีการวิจัย : ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเทปอัดเสียงที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุที่รับฟังได้ชัดเจน ในพื้นที่ ที่เลือกมาอย่างสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 10 สถานี ตั้งแต่เวลาเปิดสถานีจนถึงเวลาที่ปิดทำการ สถานีละ 2 วัน ในระหว่างวันที่ 12 -19 เมษายน พ.ศ. 2561 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ร้อยละและค่าเฉลี่ย และทำการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายเพื่อวางแผนการเฝ้าระวังในพื้นที่

ผลการวิจัย : สถานีวิทยุทั้ง 10 แห่ง มีจำนวน 5 แห่งที่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายอย่างน้อย 1 ชิ้น มีการโฆษณาทั้งหมด 1,284 ครั้ง โฆษณาที่ผิดกฎหมายจำนวน 683 ครั้ง (53.19%) โฆษณาที่ผิดกฎหมายแบ่งประเภทตามกฎหมายยา (55.34%) อาหาร (41.43%) และเครื่องสำอาง (3.22%) ประเด็นของการโฆษณาที่ผิดกฎหมายที่พบมากที่สุด ได้แก่ การแสดงสรรพคุณทางยาโดยใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง โดยมีแนวทางในการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีปัญหาโฆษณาผิดกฎหมาย คือ มีการดำเนินการที่ต่อเนื่องและการติดตามข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ มีการสะท้อนข้อมูลและการนำสู่การปฏิบัติโดยการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องด้วยเครือข่ายในชุมชน และการพัฒนาศักยภาพด้านองค์ความรู้ในการรู้เท่าทันโฆษณา

สรุปและข้อเสนอแนะ : ได้แนวทางการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โฆษณาผ่านทางวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่ร่วมกัน เครือข่ายรู้เท่าทันการโฆษณาและสามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ : การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ; ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โฆษณาผิดกฎหมาย

* เกสัชกรชำนาญการ โรงพยาบาลศรีสมเด็จ

ABSTRACT

Purposes : To determine the situation of illegal health products advertisement through clearly heard radio stations in the area of Si Somdet District, Roi Et Province , and to set up surveillance guidelines in the area.

Design : Action research

Materials and Methods : The researcher recorded the broadcast on radio stations that can be heard clearly in in the area of Si Somdet District, Roi Et Province by selecting 10 stations from the time of opening to closing time , 2 days per station between 12 April 2018 to 19 April 2018. Analyse the quantitative data by using descriptive statistics, percentage and mean. And to set up surveillance guidelines in the area.

Main findings : The 5 of 10 radio stations have at least one illegal advertisement of health products , 1,284 total advertisements have 683 times (53.19%) of illegal advertising among products identified as drugs, food and cosmetics were 55.34% , 41.43% and 3.22% respectively. The most of illegal advertisement are use false or exaggerated drug properties.

Conclusion and recommendations : To set up surveillance guidelines in the area by surveillance and monitoring the illegal advertisement and implement to the public in community network and development knowledge in advertising literacy.

Keywords : Health products advertisement ; illegal health product advertisements

บทนำ

สื่อโฆษณา ถือว่าเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมในการเลือกใช้และตัดสินใจ ในการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค หากสื่อโฆษณาที่ออกอากาศผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่ออกมานั้น เป็นสื่อที่มุ่งหวังแต่ ผลกำไร ให้ข้อมูลที่ไม่จริงและเป็นเท็จ ก็ย่อมที่จะส่งผลกระทบต่อทางด้านสุขภาพ กายและใจตามมา โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตราย และจากการเฝ้าระวังการโฆษณา ผลิตภัณฑ์สุขภาพของจังหวัดบุรีรัมย์ผ่านช่องทางวิทยุกระจายเสียง พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีการผิดกฎหมายได้แก่ อาหาร (80%) ยา (75.60%) และเครื่องสำอาง (28%) ตามลำดับ โดยใช้เวลาในการออกอากาศโฆษณาที่ผิดกฎหมายถึงร้อยละ 54¹ นอกจากนั้นยังพบเนื้อหาโฆษณาที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค โดยการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ร้อยละ 74.50 และฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยา ร้อยละ 55.90² โดยเนื้อหาโฆษณาที่ออกอากาศนั้น

ส่งผลให้ประชาชนหลงเชื่อ เกิดการบริโภคที่ไม่เหมาะสม เกิดเป็น สาเหตุจากประชาชนขาดความตระหนัก รู้ไม่เท่าทัน ขาดความรู้ที่ถูกต้องในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ชนิดนั้น ๆ ส่งผลให้เกิดผลกระทบตามมา ดังเช่น กรณีที่เกิดขึ้นในสื่อที่สังคมให้ความสนใจ ได้แก่ การบุกทลายอาหารเสริมที่ปลอมปนด้วยสารที่อันตราย ได้แก่ ไซบูทรามิน ซึ่งมีฤทธิ์ในการกล่อมประสาทส่วนกลาง เมื่อรับประทานไปแล้ว จะไม่รู้สึกลอยากอาหาร มีการผสมยาพิษโคคัล ที่มีฤทธิ์เป็น ยาระบาย โดยเมื่อรับประทานอาหารเสริมปลอมปนเหล่านี้ ต่อเนื่องกัน จะส่งผลให้เกิดภาวะหัวใจล้มเหลว ไชมันอดตัน ในเส้นเลือดและช็อกหมดสติ เสียชีวิตตามมา โดยอาหารเสริมเหล่านี้มักมีการโฆษณาที่เกินจริงและเป็นเท็จ นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาชวนเชื่อให้หลงผิด ดังกรณี น้ำหมักรักษาทุกโรค ส่งผลกระทบทำให้ผู้บริโภคตาบอด การรับประทาน เอนไซม์บำบัด จนทำให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายอย่างรุนแรง จนต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล การรับประทานยากราวเครือขาวของผู้หญิงที่สูงอายุ จนต้องได้รับการขูดมดลูก

เป็นต้น ทั้งหมดที่กล่าวมา ล้วนแต่เป็นผลการการเชื่อ
โฆษณาที่โอ้อวด เกินจริงและเป็นเท็จ

ดังนั้นเพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภครู้จักพึ่งพา ปกป้องตนเอง
รู้เท่าทันกับคำโฆษณาที่มาในรูปแบบของกลยุทธ์การใช้
แรงดึงดูดใจ การตลาดที่ทำการตอกย้ำบ่อย ๆ การออกอากาศ
โฆษณาที่มีความถี่หลายครั้งตลอดวัน การโฆษณาโดยนำผู้ใช้
จริงมาสาธิตให้ฟังให้ดู การที่ดัดและผู้ประกอบการออกมา
นินทาเชยรผลิตภัณธ์ การดำเนินการขายโดยใช้ผู้
ประกอบวิชาชีพที่น่าเชื่อถือเพื่อสร้างความเชื่อมั่น เพื่อให้
ประชาชนมีภูมิคุ้มกันต่อการเลือกบริโภคที่เหมาะสม จึงจัด
ทำโครงการนี้ขึ้น เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับประโยชน์
สูงสุดทางด้านสุขภาพ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนิน
งานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยการ
บันทึกเทปอัดเสียงที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุที่รับฟังได้
ชัดเจน ในพื้นที่ อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด ที่เลือกมา
อย่างสุ่มแบบเจาะจง คือ สถานีวิทยุที่ออกอากาศในพื้นที่
จ.ร้อยเอ็ด จำนวน 10 สถานี ตั้งแต่เวลาเปิดสถานีจนถึงเวลา
ที่ปิดทำการ สถานีละ 2 วัน ในระหว่างวันที่ 12 - 19 เมษายน
พ.ศ. 2561 โดยมีระเบียบวิจัยดังนี้

ประชากรและตัวอย่าง

การวิจัยนี้ทำการบันทึกออกอากาศของสถานีวิทยุ
จำนวน 10 สถานี ที่ออกกระจายเสียงในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่
อ.ศรีสมเด็จ รับฟังได้ชัดเจน

การบันทึกรายการ

ผู้วิจัยและเครือข่ายการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคใน
พื้นที่ อำเภอศรีสมเด็จ ร่วมกันบันทึกเสียงรายการที่ออก
อากาศในแต่ละสถานีตั้งแต่สถานีเปิดทำการจนกระทั่งปิด
สถานี สถานีละ 2 วัน ซึ่งเป็นการสุ่มบันทึกเสียงรายการที่

ออกอากาศ และทำการถอดเทปที่ออกอากาศร่วมกัน โดย
เลือกคำโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีชื่อทางการค้าที่ชัดเจน
หรือสื่อในทางที่ทำให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยไม่
นับรวม ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทราบชื่อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ผิดกฎหมายตามแบบประเมินที่สร้างขึ้น และผ่านการตรวจ
สอบจากผู้เชี่ยวชาญพนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์
ในการทำงานด้านนี้อย่างน้อย 10 ปี หากคำโฆษณาที่มี
ความคลุมเครือหรือไม่ชัดเจน ได้ทำการขอความเห็นจาก
ผู้เชี่ยวชาญพนักงานเจ้าหน้าที่ดังกล่าว และทำการพัฒนา
ศักยภาพเครือข่ายโดยการทดสอบก่อนและหลังการอบรม
โดยการให้ความรู้แบบมีส่วนร่วม และมีการคืนข้อมูลการ
สำรวจให้กับเครือข่าย ถอดบทเรียน และวางแผนทาง
การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ที่โฆษณาผิดกฎหมายในพื้นที่ร่วมกับ
เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง โดยการรวบรวมและรายงานผลิตภัณฑ์
สุขภาพที่เป็นกลุ่มเสี่ยงที่มีการโฆษณาในพื้นที่แบบผิด
กฎหมายเพื่อการเฝ้าระวังต่อไป

ผลการวิจัย

สถานการณ์การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย
สถานีวิทยุที่ อำเภอศรีสมเด็จ สามารถรับฟังได้อย่างชัดเจน
ประกอบไปด้วย 10 สถานีในระบบ FM ทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่
เริ่มออกอากาศในช่วงเวลา 05.00 – 23.00 น. โดยผลของ
การวิจัย พบว่า สถานการณ์การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ที่ผิดกฎหมายในสถานีวิทยุที่ อ.ศรีสมเด็จ เมื่อจำแนกตาม
จำนวนครั้งของการโฆษณาที่ออกอากาศ มีการโฆษณา
จำนวนครั้งที่มากที่สุด คือ 378 ครั้ง (ร้อยละ 55.34) รองลงมา
คือ การโฆษณาอาหาร 283 ครั้ง (ร้อยละ 41.43) เครื่อง
สำอาง 22 ครั้ง (ร้อยละ 3.22) วัตถุอันตรายและเครื่องมือ
แพทย์ ไม่พบการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 สถานการณ์การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายทางสถานีวิทยุใน อ.ศรีสมเด็จ

ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	การโฆษณา จำนวน (ร้อยละ)	โฆษณาที่ผิดกฎหมาย จำนวน (ร้อยละ)
ยา	849(66.12)	378(55.34)
อาหาร	313(24.38)	283(41.43)
เครื่องสำอาง	122(9.50)	22(3.22)
วัตถุอันตราย	0(0.0)	0(0.0)
เครื่องมือแพทย์	0(0.0)	0(0.0)
รวม	1284(100)	683(42.49)

ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โฆษณาผิดกฎหมาย

โดยมีการโฆษณาที่ผิดกฎหมายยาแผนโบราณ ร้อยละ 100 ได้แก่ ยาแคปซูลxxx ยาน้ำสมุนไพรxxx ยากษัยเส้นตราxxx ยาสตรีxxx และวุ้นขี้กมดลูกตราxxx มีการโฆษณาอาหารที่ผิดกฎหมายร้อยละ 100 ได้แก่ ทxxx อินxxx เอ็มxx เครื่องดื่มสมุนไพรในคอลอโรฟิลล์xx โดยอาหารทั้งหมดเป็นอาหารที่มีเลขสารบบอาหาร และเป็นเครื่องสำอางประเภทครีม ร้อยละ 100 ได้แก่ เวxxx

ประเด็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาที่ผิดกฎหมายตาม พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510

ผลการประเมินข้อความโฆษณาที่ผิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 ดังตารางที่ 2 พบว่า มีการโฆษณาสรรพคุณเป็นเท็จ/เกินจริง ตามมาตรา 88 (2) ร้อยละ 77.22 และเป็นการทำให้เข้าใจว่าเป็นยาเสริมสมรรถภาพทางเพศ / ยาบำรุงกาม / ยาคุมกำเนิด ตามมาตรา 88 (5) ร้อยละ 27.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ประเด็นในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาที่ผิดกฎหมายตาม พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510

ประเด็นในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาที่ผิดกฎหมายตาม พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510	ร้อยละ
1. โอ้อวดว่ารักษา/ป้องกัน/บำบัด/บรรเทาโรคอย่างศักดิ์สิทธิ์/หายขาด/ข้อความทำนองเดียวกัน มาตรา 88 (1)	0(0.0)
2. โฆษณาสรรพคุณเป็นเท็จ/เกินจริง มาตรา 88 (2)	77.22
3. ทำให้เข้าใจผิดในส่วนประกอบของยา/อาหาร/เครื่องสำอาง มาตรา 88 (3)	0(0.0)
4. ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาขับประจำเดือน/ยาทำให้แท้งลูก มาตรา 88 (4)	0(0.0)
5. ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาเสริมสมรรถภาพทางเพศ/ยาบำรุงกาม/ยาคุมกำเนิด มาตรา 88 (5)	27.78
6. รับรอง/ยกย่องสรรพคุณโดยบุคคลอื่น มาตรา 88 (7)	0(0.0)
7. โฆษณายาอันตราย/ยาควบคุมพิเศษ มาตรา 88 (6)	0(0.0)
8. โฆษณาป้องกัน/บำบัด/รักษาโรค/อาการของโรคมะเร็ง เบาหวาน อัมพาต วัณโรค โรคเรื้อนหรืออาการของโรคทางสมอง หัวใจ ตับ ม้าม ไต ปอด มาตรา 88 (8)	0(0.0)
9. อื่น ๆ ได้แก่ โฆษณาโดยไม่สุภาพ อนาคต แสดงอาการทรมานทุกข์ทรมาน ร้องรำทำเพลง ซิงโซค แคมพก เปรียบเทียบ ทำให้เข้าใจเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ชักชวนให้ผู้อื่นใช้ผลิตภัณฑ์ แสดงข้อเท็จจริงที่ผิดต่อกฎหมาย, ผิดขนบธรรมเนียม	0(0.0)

ประเด็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารที่ผิดกฎหมาย
ตาม พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522

ผลการประเมินข้อความโฆษณาที่ผิดกฎหมายตามพระ
ราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ดังตารางที่ 3 พบว่า มีการ
โฆษณาอาหารที่เป็นการโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือ

สรรพคุณอาหารที่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ
ตามมาตรา 40 ร้อยละ 100 ซึ่งมีการโฆษณาอาหารโดยแสดง
สรรพคุณเป็นยา ร้อยละ 75.0 และมีการแสดงสรรพคุณบำรุงกาม
ร้อยละ 25.0 ตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์อาหารที่เฝ้าฟ่งนั้นมี
การขออนุญาตในการโฆษณาตามมาตรา 41

ตารางที่ 3 ประเด็นในการโฆษณาอาหารที่ผิดกฎหมายตาม พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522

ประเด็นในการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารที่ผิดกฎหมายตาม พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522	ร้อยละ
1. การโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณอาหารที่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความ หลงเชื่อ (มาตรา 40)	100
1.1 ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง	0(0.0)
1.2 เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของอาหาร	0(0.0)
1.3 รับรองหรือยกย่องคุณประโยชน์/คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหาร	0(0.0)
1.4 เกิดความเข้าใจผิด/ไม่เข้าใจในการบริโภคอาหาร	0(0.0)
1.5 ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดในอาหารหรือเป็นส่วนประกอบของอาหาร	0(0.0)
1.6 ข้อความที่สนับสนุนทางตรง/ทางอ้อม เกี่ยวกับสิ่งที่ผิดกฎหมายหรือศีลธรรม	0(0.0)
1.7 แสดงสรรพคุณว่าเป็นยา	75.0
1.8 แสดงสรรพคุณบำรุงกาม	25.0
2. การโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณอาหารที่ไม่ได้รับอนุญาต (มาตรา 41)	0(0.0)

ประเด็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผิด
กฎหมายตาม พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558

ผลการประเมินข้อความโฆษณาที่ผิดกฎหมายตามพระ
ราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558 ดังตารางที่ 4 พบว่า มี

การโฆษณาเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายตาม พระราชบัญญัติ
เครื่องสำอาง พ.ศ.2558 ตามมาตรา 41 (1) ซึ่งแสดงข้อความ
ที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ร้อยละ 100

ตารางที่ 4 ประเด็นในการโฆษณาเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายตาม พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558

ประเด็นในการโฆษณาเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายตาม พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558	ร้อยละ
มาตรา 41 การโฆษณาเครื่องสำอางต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสีย ต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อมูลดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือ ลักษณะของเครื่องสำอาง	
1. แสดงข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง	100
2. ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ	0(0.0)
3. แสดงสรรพคุณทำให้เข้าใจผิดว่ารักษาโรค	0(0.0)
4. ทำให้เข้าใจว่ามีสรรพคุณบำรุงกาม	0(0.0)

ตารางที่ 4 (ต่อ) ประเด็นในการโฆษณาเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายตาม พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558

ประเด็นในการโฆษณาเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายตาม พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558	ร้อยละ
5. ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ	0(0.0)
6. ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคี	0(0.0)

ข้อความโฆษณายาแผนโบราณ/สมุนไพร ที่มีการโฆษณาสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

“ยาแคปซูล..... ใคร ๆ ก็..... ช่วยบำรุงร่างกาย สุขภาพดี อ่อนเพลีย มึนงง ตามัวจากเบาหวานขึ้นตา ปัสสาวะบ่อย ปวดเมื่อยตามร่างกาย ทำงานหนัก นั่งทำงาน นาน ๆ ขามือขาเท้า นอนไม่หลับ พักผ่อนน้อย ไม่มีแรง ทาน ทุกวัน ช่วย Detox ทุกวัน ช่วยให้ลำไส้สะอาด สุขภาพดี ดีแน่นอน หาซื้อ.....ได้ที่ ตัวแทนจำหน่าย และ ร้านขายยาทั่วไป หรือโทร”

“ยาดีดีแท้ช่วยชีวิตใหญ่เฉิมขึ้นมา กินแล้วหาย โรคภัย กระบี่มาเบียดเบียน สุขภาพแข็งแรง เป็นปกติแล้ว ร่างกาย แข็งแรงแล้ว ไปเยี่ยมยามโรงงานเพื่อนกะดี ๆ เฮ็ดสะอาด สะอาด ยาดีม้ออื่น ๆ เลย หอมแต่สมุนไพร อย่างเข้าไปกะ เคย โรงงานเพื่อน ฝากไว้อาหลิมยาสมุนไพรไทยตรา.....”

ข้อความโฆษณายาแผนโบราณ/สมุนไพร ที่มีการโฆษณาสรรพคุณบำรุงกาย

“อันยายเฒ่านี้ดีอกดีใจว่าพอใหญ่กเขาขึ้น สภาพร่างกายแข็งแรง เฮ็ดเวียกได้เที่ยงกลางเวีนกลางคืน ย่างไป ย่างมาคล่องแคล่วว่องไว ป็คือแต่ก่อน พักตะมากินยา กระษัยเส้น ตรา.....”

ข้อความโฆษณาอาหาร โดยการแสดงสรรพคุณเป็นยา

“..... บำรุงของสายตา ยับยั้งปัญหาที่จะก่อเกิด โรคมะเร็ง บำรุงกระดูกและข้อ บำรุงผิวพรรณและเส้นผม สิ้นค้ามาตรฐานผ่าน อย. ฮาลาน จิงทานได้ทุก คน ดูแลชีวิตของคุณและคนที่คุณรัก เลือก.....นะคะ สนใจ

โทรสอบถาม สั่งซื้อได้ที่”

แนวทางในการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โฆษณาผิดกฎหมายในพื้นที่ อ.ศรีสมเด็จ

1. เครือข่ายทำการสำรวจการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในชุมชน ที่โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา รถเร่ อินเทอร์เน็ต ผู้ได้รับผลกระทบจากการใช้ผลิตภัณฑ์

2. บันทึกข้อมูลลงในบันทึกการเฝ้าระวังโฆษณาและทางช่องทาง line application

3. ส่งข้อมูลไปยัง รพสต. และ รพ.ศรีสมเด็จ

4. ให้ข้อมูลย้อนกลับไปยังการประชุมของ อสม.และทำหนังสือ/เอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อการเฝ้าระวังส่งให้ผู้ใหญ่บ้าน/กำนัน

5. อสม./ผู้นำทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเฝ้าระวังและประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ตนเอง

การพัฒนาความรู้เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในการรู้เท่าทันภัยโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

จากการอบรมให้ความรู้แบบมีส่วนร่วมและทำแบบทดสอบความรู้ให้กับเครือข่าย ได้แก่ เครือข่าย อสม. เครือข่ายผู้นำชุมชน และเครือข่าย อย.น้อย เครือข่ายผู้สูงอายุ เครือข่ายผู้ประกอบการร้านค้า จำนวน 186 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนในการวัดความรู้เท่าทันโฆษณาก่อนทำการอบรม เท่ากับ 11.51 ± 2.05 และหลังอบรม เท่ากับ 16.50 ± 1.65 ซึ่งพบว่าหลังจากการอบรมให้ความรู้ กลุ่มเครือข่ายมีความรู้เท่าทันโฆษณามากขึ้น และนับตั้งแต่ตั้งเครือข่ายขึ้นมาจนถึงปัจจุบัน มีการรายงานผลิตภัณฑ์

สุขภาพที่โฆษณาเกินจริงจำนวน 8 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชาโสม เกาหลี ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก อาหารเสริมเห็ดหลินจือ อาหารเสริมสาหร่ายทะเล ยาแผนโบราณ เครื่องสำอาง 2 ชนิด และยาลูกกลอน

วิจารณ์

สถานการณ์ของการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายทางสื่อวิทยุที่รับฟังได้ชัดเจน ในอำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 10 สถานี มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายอย่างน้อย 1 ชิ้น มีการโฆษณาทั้งหมด 1,284 ครั้ง มีการโฆษณาที่ผิดกฎหมายจำนวน 683 ครั้ง (53.19%) โฆษณาที่ผิดกฎหมายแบ่งประเภทตามกฎหมาย ยา (55.34%) อาหาร (41.43%) และเครื่องสำอาง (3.22%) ประเด็นของการโฆษณาที่ผิดกฎหมายที่พบมากที่สุด ได้แก่ การแสดงสรรพคุณทางยาโดยการใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของตุลาการณ์ รุจิระยรรยง 3 จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น พบว่า วิทยุยังคงเป็นสื่อที่โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย และประชาชนในพื้นที่ยังคงฟังวิทยุเพื่อรับข้อมูลข่าว ซึ่งส่งผลให้ประชาชนหลงเชื่อในทางที่ผิดเกิดผลกระทบทางด้านสุขภาพ เป็นปัญหาทางด้านสุขภาพที่จะต้องจัดการ ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาในระยะยาว ควรมีการจัดการปัญหา ร่วมกันระหว่างภาคเอกชน ภาครัฐ ภาคประชาชน โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีหลักคิด มีความรู้ ความเข้าใจ มีความตระหนักในการเลือกใช้และรู้เท่าทันภัยจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ นอกจากนั้นควรมีการติดตามสถานการณ์การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านช่องทางที่นิยมใช้เป็นปัจจุบัน เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ช่องทางโซเชียล เพื่อให้มีการจัดการปัญหาได้อย่างทันทั่วถึง ต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีความฉลาดในการพึ่งพาตนเองด้านสุขภาพต่อไป และต้องมีการดำเนินงานที่ต่อเนื่องในภาครัฐและภาคประชาชน เพื่อให้เกิดการแก้ปัญหาที่ตรงจุดและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณคณะทำงานคุ้มครองผู้บริโภคระดับตำบล ประกอบไปด้วย นักวิชาการสาธารณสุข สำนักงาน

สาธารณสุขอำเภอศรีสมเด็จ ผู้รับผิดชอบงานคุ้มครองผู้บริโภคในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล 7 แห่ง นักวิชาการเทศบาลศรีสมเด็จ นักวิชาการกลุ่มงานการปฐมภูมิ รพ.ศรีสมเด็จที่ขับเคลื่อนและสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานครั้งนี้ และขอขอบพระคุณผู้อำนวยการโรงพยาบาลศรีสมเด็จ และบุคลากรในฝ่ายเภสัชกรรมและคุ้มครองผู้บริโภคที่สนับสนุนในการดำเนินงานอย่างเต็มที่ และทำให้งานนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

1. ประวิ อัมพันธ์. สถานการณ์ ปัญหา และการพัฒนารูปแบบแก้ไขปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพของสถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดศรีสะเกษ. วารสารวิชาการสาธารณสุข 2558 ; 24(6) : 1061.
2. ดนุชา สลึงค์. การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุ ชุมชนมูลนิธิบุญญานุรักษ์ (F.M. 90.75 MHz) วัดโสภณฯ รามอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์]. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2549.
3. ตุลาการณ์ รุจิระยรรยง. สถานการณ์การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายทางวิทยุท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี ในยุคของคณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติ (คสช.). [อินเทอร์เน็ต]. ลพบุรี; 2558 [เข้าถึงเมื่อ 2 สิงหาคม 2560]. เข้าถึงได้จาก : <http://tjpp.pharmacy.psu.ac.th/wp-content/uploads/2015/09/58-17final.pdf>
4. กนกพร ชนะคำ. ความชุกของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกกฎหมายทางวิทยุท้องถิ่นในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. [อินเทอร์เน็ต]. บุรีรัมย์; 2559 2558 [เข้าถึงเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2560]. เข้าถึงได้จาก : <http://tjpp.pharmacy.psu.ac.th/wp-content/uploads/2016/11/59-31final.pdf>
5. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค. โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายใน : โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายในยุค คสช. โรงแรมเซ็นจูรี พาร์ค. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, 2557.

6. สุภิญญา กลางณรงค์. โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิด

กฎหมาย ใน : โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย

ในยุค คสช. โรงแรมเซ็นจูรี พาร์ค. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค.

กรุงเทพฯ : มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, 2557.

ผลการใช้กิจกรรมกลุ่มและแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพที่มีต่อพฤติกรรมการดูแลตนเอง ของกลุ่มเสี่ยงโรคเบาหวานในจังหวัดร้อยเอ็ด

Outcome of the Group Activities and Health Belief Model to Self-care Behaviors with Pre-diabetes in Roi-Et

เกษร ศรีธรรมมา*

Kaesorn Srethamma

Corresponding author : Email : Sir.kesorn05@hotmail.com

(Received : June 29, 2020 ; Revised : July 20, 2020 ; Accepted : July 30, 2020)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ : เพื่อเปรียบเทียบแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพและพฤติกรรมการดูแลตนเองของกลุ่มเสี่ยงโรคเบาหวาน
รูปแบบการวิจัย : แบบกึ่งทดลอง (Quasi experimental design)

วัสดุและวิธีการวิจัย : กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 64 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ๆ ละ 32 คน กลุ่มทดลองได้รับโปรแกรมการใช้
กิจกรรมกลุ่มและแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพ กลุ่มควบคุมใช้กิจกรรมตามปกติ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์
ใช้เวลาในการดำเนินงาน 14 สัปดาห์ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติ
ทดสอบ Independent t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย : หลังการทดลอง พบว่า กลุ่มเสี่ยงโรคเบาหวานมีคะแนนเฉลี่ยแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพโดยรวม
มากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) โดยมีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 0.94 คะแนน (95% CI
: 0.715, 0.984) และกลุ่มเสี่ยงโรคเบาหวานมีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการดูแลตนเองโดยรวม มากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับ
กลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) โดยมีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 2.05 คะแนน (95% CI; 1.773, 2.339)

สรุปและข้อเสนอแนะ : ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการใช้กิจกรรมกลุ่มและแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพส่งผล
ให้กลุ่มเสี่ยงมีแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพและพฤติกรรมการดูแลตนเองเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ : กิจกรรมกลุ่ม ; แบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพ ; พฤติกรรมการดูแลตนเอง ; โรคเบาหวาน

*พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองบัว
อำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด

ABSTRACT

Purposes : To compare health belief model and self-care behaviors of pre-diabetes in Roi-Et.

Design : Qua-si experimental design

Materials and Method : A total of 64 subjects were divided into two groups of 32. The experimental group was assigned a program of group activities and health beliefs model and control group had normal activities. Data were collected by using interview form and It took 14 weeks to complete the operation. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and statistics for Independent t-test, at a significant level of 0.05

Main finding : After intervention, it were found that pre-diabetes had a statistically significant higher overall health belief model ,when compared to control group ($p<.001$), with a 0.94 increase in mean score (95% CI : 0.715, 0.984), and pre-diabetes had significantly more overall self-care behavior mean scores, when compared to control group ($p<.001$), with a 2.05 increase in mean score (95% CI; 1.773, 2.339).

Conclusion and recommendations : The results of this research showed that the use of group activities and health belief model resulted in increased pre-diabetes having health beliefs model and self-care behaviors.

Keywords : Group activities ; Health Belief Model ; Self-care Behaviors ; Diabetes Mellitus

บทนำ

โรคไม่ติดต่อเรื้อรังเป็นสาเหตุการเสียชีวิตของประชากรโลก ร้อยละ 36.0 ในปี พ.ศ. 2551 ประเมินการว่า ปี พ.ศ. 2554-2573 จะมีต้นทุนจากโรค NCD ทั่วโลกเป็นเงินประมาณ 1,401 ล้านล้านบาทหากเทียบเคียงมาที่ประเทศไทยเท่ากับ 1,500 บาท ต่อคนต่อปี ปัจจัยเสี่ยงหลัก คือ การสูบบุหรี่, การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม การมีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอ สำหรับสถานการณ์ประเทศไทยแล้วพบว่า กลุ่มโรค NCD เป็นสาเหตุการตายร้อยละ 73.0 ความสูญเสียทางเศรษฐกิจมีมูลค่า 198,512 ล้าน คิดเป็น 3,128 บาทต่อหัวประชากร¹

โรคเบาหวานจัดเป็นโรคไม่ติดต่อที่พบบ่อยที่สุด ควบคู่กับโรคความดันโลหิตสูงและไขมันในเลือดผิดปกติ โรคนี้พบบ่อยมากกว่าร้อยละ 5.0 ขึ้นไปในประชาชนไทยวัย 30 ถึง 60 ปี หากนับเฉพาะประชากรในชุมชนเมืองอาจจะมี ความชุกถึงร้อยละ 10.0² ปัจจุบันประชากรไทยวัยผู้ใหญ่ป่วยเป็นโรคเบาหวานถึง 4.8 ล้านคน และมักเกิดภาวะแทรกซ้อน

เมื่ออายุเพิ่มขึ้น ซึ่งสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคมาจากวิถีชีวิตแบบเนือยนิ่ง โรคอ้วนและอายุที่มากขึ้นในจำนวนนี้มีผู้ป่วยที่ได้รับการวินิจฉัยและดูแลรักษาเพียงร้อยละ 35.6 หรือเพียง 2.6 ล้านคนบรรลุเป้าหมายในการรักษาได้เพียง 0.9 คน ทำให้อัตราการเสียชีวิตจากโรคเบาหวานในเมืองไทยมีมากถึง 200 รายต่อวัน คาดการณ์ว่าความชุกของโรคเบาหวานจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 5.3 ล้านคนภายในปี 2583 ซึ่งหากดูแลรักษาได้ไม่ดีอาจทำให้เกิดภาวะแทรกซ้อนเช่นโรคไตและการถูกตัดเท้าหรือขา³

นอกจากนี้พบว่า เบาหวานที่เกิดในวัยรุ่นหนุ่มสาวและ ผู้ใหญ่วัยต้นนั้นมีข้อมูลชี้ชัดว่าโรคมีความรุนแรงกว่าเบาหวานที่เกิดในวัยกลางคนและผู้สูงอายุ รวมถึงการตอบสนองต่อการรักษาได้น้อยกว่านำไปสู่การเกิดโรคแทรกซ้อนต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และรุนแรงกว่า สร้างความสูญเสียทางเศรษฐกิจเนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรในวัยทำงาน เช่นเดียวกับสถานการณ์ในเขตพื้นที่บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองบัว ในปี พ.ศ. 2559-2562 พบว่า