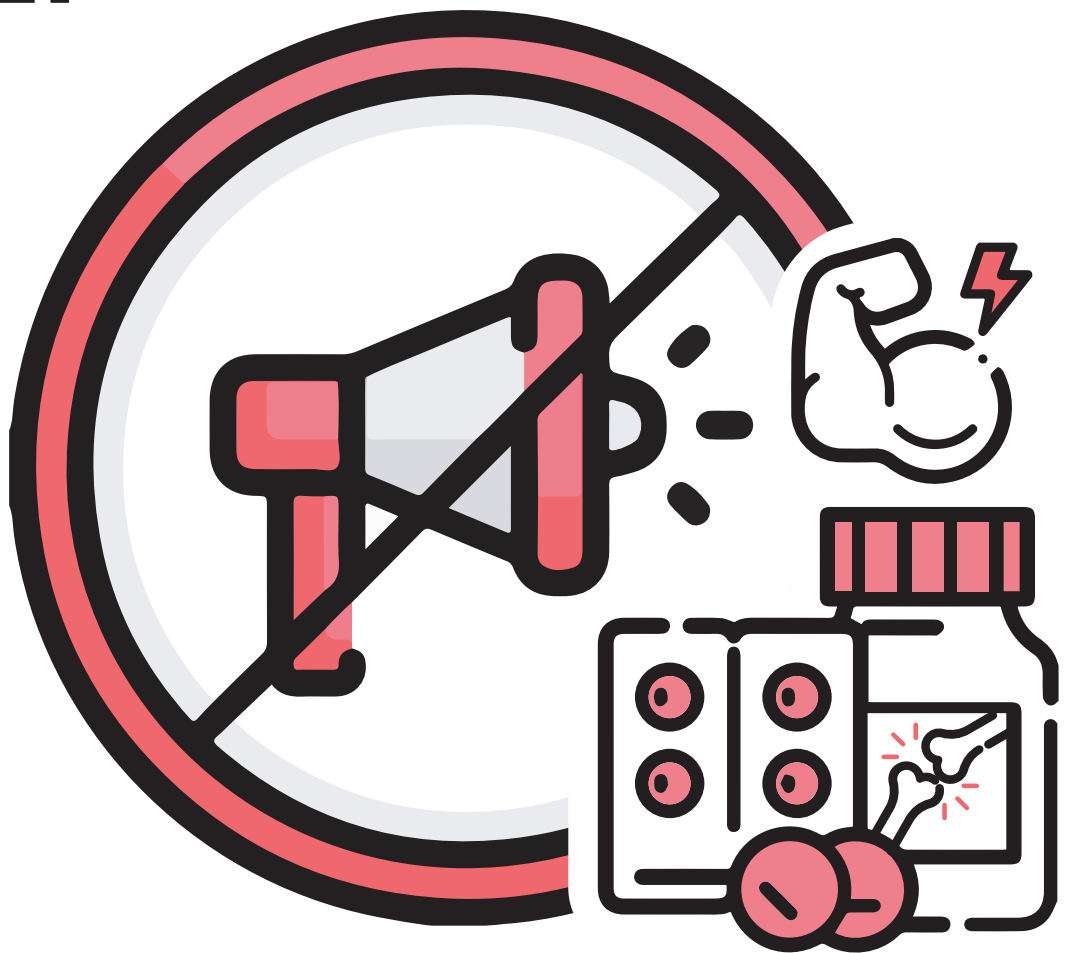


POLICY BRIEF

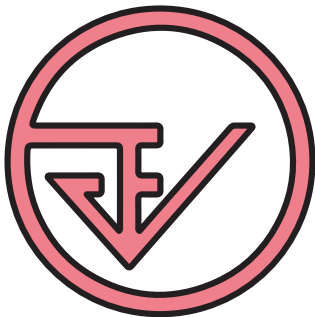
สิงหาคม 2565



ต้องเข้มงวดกวดขัน
โฆษณาอาหารเสริมเกินจริง
เพื่อคุ้มครองสุขภาพของผู้บริโภค



ประเทศไทยมีการนำเสนอโฆษณา
อาหารเสริมที่มีการใช้ **คำโฆษณา**
โอ้อวดสรรพคุณเกินจริง
อย่างแพร่หลายบนสื่อ
โทรทัศน์และทีวีดิจิทัล



มีโทษจำคุก 2 ปี
และค่าปรับรวม
50,000 บาท



โฆษณาเกินจริง ระบาดเป็นไฟลามทุ่ง

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีการ
นำเสนอโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
จำนวนมากบนสื่อโทรทัศน์และทีวีดิจิทัล
โดยมีการใช้คำโฆษณาที่โอ้อวดสรรพคุณ
เกินจริงอย่างแพร่หลาย เช่น ช่วยรักษาโรค
ลดอาการเจ็บป่วยต่างๆ อาทิ ความดัน เบาหวาน
ปวดตามกระดูกและข้อ ทำให้ผู้บริโภค
บางส่วนหลงเชื่อ บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
โดยไม่ไปพบแพทย์หรือรับประทานยา ทำให้อาการ
ของโรคที่เป็นอยู่รุนแรงขึ้น จนโรคลุกลาม
หรือเป็นอันตรายถึงแก่ชีวิตได้

จุดประกายการแก้ไขปัญหา

ความหวังในการแก้ไขปัญหาการโฆษณาอาหารเสริม
เกินจริงได้เกิดขึ้น เมื่อมีการร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณา
ผลิตภัณฑ์ถึงเจ้าที่มีสรรพคุณทางยา โดยมีศิลปินที่มีชื่อเสียง
นำเสนอผลิตภัณฑ์ถึงเจ้าอย่างแพร่หลาย จนในที่สุด ได้มีการ
ดำเนินคดีกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เนื่องจากโฆษณาว่าผลิตภัณฑ์
เสริมอาหารดังกล่าว ทำหน้าที่เหมือน “ยา” รวมทั้งเป็นการ
โฆษณาโดยไม่ผ่านการตรวจพิจารณาและไม่ได้รับอนุญาต
จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ อย. ด้วย
จึงมีโทษจำคุก 2 ปี และค่าปรับรวม 50,000 บาท **การลงโทษ**
ในคดีนี้สร้างแรงกระเพื่อมให้กับการโฆษณาอาหารเสริม
เกินจริง และเป็นคดีตัวอย่างให้กับการแก้ไขปัญหา
คำโฆษณาที่โอ้อวดสรรพคุณเกินจริง ที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ
ของผู้บริโภคในปัจจุบัน

ทีวีดิจิทัลกับธุรกิจ โฆษณาอาหารเสริม

เนื่องจากประชาชนจำนวนมากมีปัญหาสุขภาพด้วยโรคเรื้อรัง เมื่อมีการประมูลช่องทีวีดิจิทัลจำนวนมาก การแข่งขันและแสวงหารายได้จากการโฆษณาของช่องดิจิทัลทีวี ทำให้การโฆษณาอาหารเสริมบนสื่อโทรทัศน์ขยายตัวอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา ช่องทีวีดิจิทัลต่างๆ จึงมีรายการ Home Shopping เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ 5-30 นาที โดยส่วนหนึ่งเป็นการโฆษณาอาหารเสริมเกินจริง

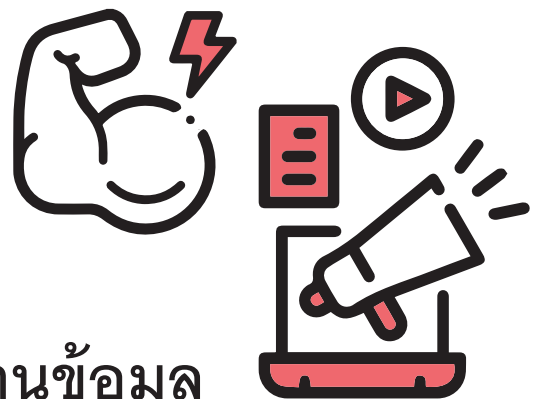
หน่วยงานกำกับดูแล

การกำกับดูแลโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่ผ่านมามีข้อจำกัดในเรื่องการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังและทั่วถึง รวมถึงการประสาน



ข้อมูลและการทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วย เช่น ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียนและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ศรป.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) และ สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กสทช. ทำให้การแก้ไขปัญหาเกิดความล่าช้า

มีรายการ Home Shopping
เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก
ตั้งแต่ 5-30 นาที โดยส่วนหนึ่ง
เป็นการโฆษณาอาหารเสริมเกินจริง



ฐานข้อมูล การอนุญาตโฆษณา

ปัญหาที่การโฆษณาเกินจริงอาจเกิดจากผู้โฆษณาไม่ได้ขออนุญาตโฆษณา หรือข้อความในโฆษณาที่เผยแพร่ นั้น ไม่ตรงกับข้อความที่ได้รับอนุญาตจาก อย. ปัจจุบันยังมีข้อจำกัดในเรื่องการเปิดเผยฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณา และค่าโฆษณาที่มีการขออนุญาตไว้ ทำให้องค์กรผู้บริโภคและประชาชนมีข้อจำกัดในการช่วยตรวจสอบโฆษณา ทำให้เกิดความล่าช้าในการแก้ไขปัญหาได้

แนวทางการแก้ไขปัญห เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค



1 หน่วยงานกำกับดูแลที่รับผิดชอบกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น อย. กระทรวงดีอี กสทช. ควรพิจารณาปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบอย่าง ต่อเนื่อง ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ไป และลดขั้นตอนในการดำเนินการ เพื่อแก้ปัญหา ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2 ในกรณีพบการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย อย. ควรประกาศ ให้ผู้บริโภคได้รับทราบ และแจ้งการประกาศนั้นๆ ไปยังสื่อต่าง ๆ และนำสินค้าออกจากระบบการขาย ภายใน 24 ชั่วโมง และให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ และข้อความโฆษณาที่ได้รับอนุญาตจาก อย. ให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย

3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ใน กระบวนการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น กระทรวงดิจิทัลฯ ควรพัฒนา applications เพื่อช่วยในการรับเรื่องร้องเรียน ต่างๆ ยกกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานภาครัฐ และ เชื่อมโยงสารสนเทศจากหลายหน่วยงานด้วยเทคโนโลยี ดิจิทัล

4 องค์กรที่รวบรวมบุคคลที่มีชื่อเสียงและ ศิลปิน ควรมีการกำกับดูแลตนเอง ด้านวิชาชีพด้วย โดยมีการออกกฎกติกา เช่น หากรับโฆษณาและทำให้ผู้บริโภคได้รับผล กระทบด้านสุขภาพ ก็จะถูกลงโทษ เป็นต้น

5 สร้างการตระหนักรู้ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น ได้ด้วยตนเอง เช่น การเปรียบเทียบข้อมูล โฆษณากับฉลากผลิตภัณฑ์ ว่าผลิตภัณฑ์นั้น คือผลิตภัณฑ์อาหาร หรือ เครื่องสำอาง หากพบโฆษณาสรรพคุณผลิตภัณฑ์อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์ ต้องมี “เลขอนุญาตโฆษณา” ด้วย หากไม่พบ ก็ให้แจ้งข้อมูลดังกล่าวให้ อย. รับทราบด้วย เป็นต้น

อ้างอิง

- 1 ถึงเช้าผสมมัลติวิตามินปี ตัวช่วยสุขภาพ “ไทด์ เอกพันธ์”. (2564, 31 ธันวาคม). Workpoint. <https://www.youtube.com/watch?v=zi0b-WOUY0ow&t=50s>
- 2 ศาลสั่งจำคุก ‘ยิ่งยง ยอดบัวงาม’ 1 ปี ปรับ 2.5 หมื่น คดีโฆษณาถึงเช้า. (2564, 30 ธันวาคม). กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/920985>

ผู้สนใจสามารถอ่านเนื้อหาโดยละเอียดได้ในสถานการณ์เด่นเรื่อง โฆษณาอาหารเสริมเกินจริง: ควรแก้ปัญหาอย่างไร? รายงาน สุขภาพคนไทย 2565

ผู้เขียน

ผศ.ดร. สักกรินทร์ นิยมศิลป์ | กาญจนา เทียนฉาย

รายงานสุขภาพคนไทย

ดำเนินการโดยสถาบันวิจัย ประชากร และ สังคม มหาวิทยาลัยมหิดล โดยการสนับสนุนของ สำนักงาน



กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ตั้งแต่ปี 2546 อย่างต่อเนื่อง เป็นประจำทุกปี มีบทบาทในการนำเสนอข้อมูลสถานการณ์ และประเด็นสำคัญ ด้านสุขภาพ โดยข้อมูลและองค์ความรู้ที่นำเสนอในการชี้ประเด็นปัญหาทาง สุขภาพที่สำคัญของประเทศ ให้ข้อเสนอแนะและแนวทางในการแก้ไขปัญหา เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางนโยบายในอนาคต

<https://www.thaihealthreport.com>

<https://www.facebook.com/Thaihealthreport>

