

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง

การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย

และมาตรการดำเนินการ

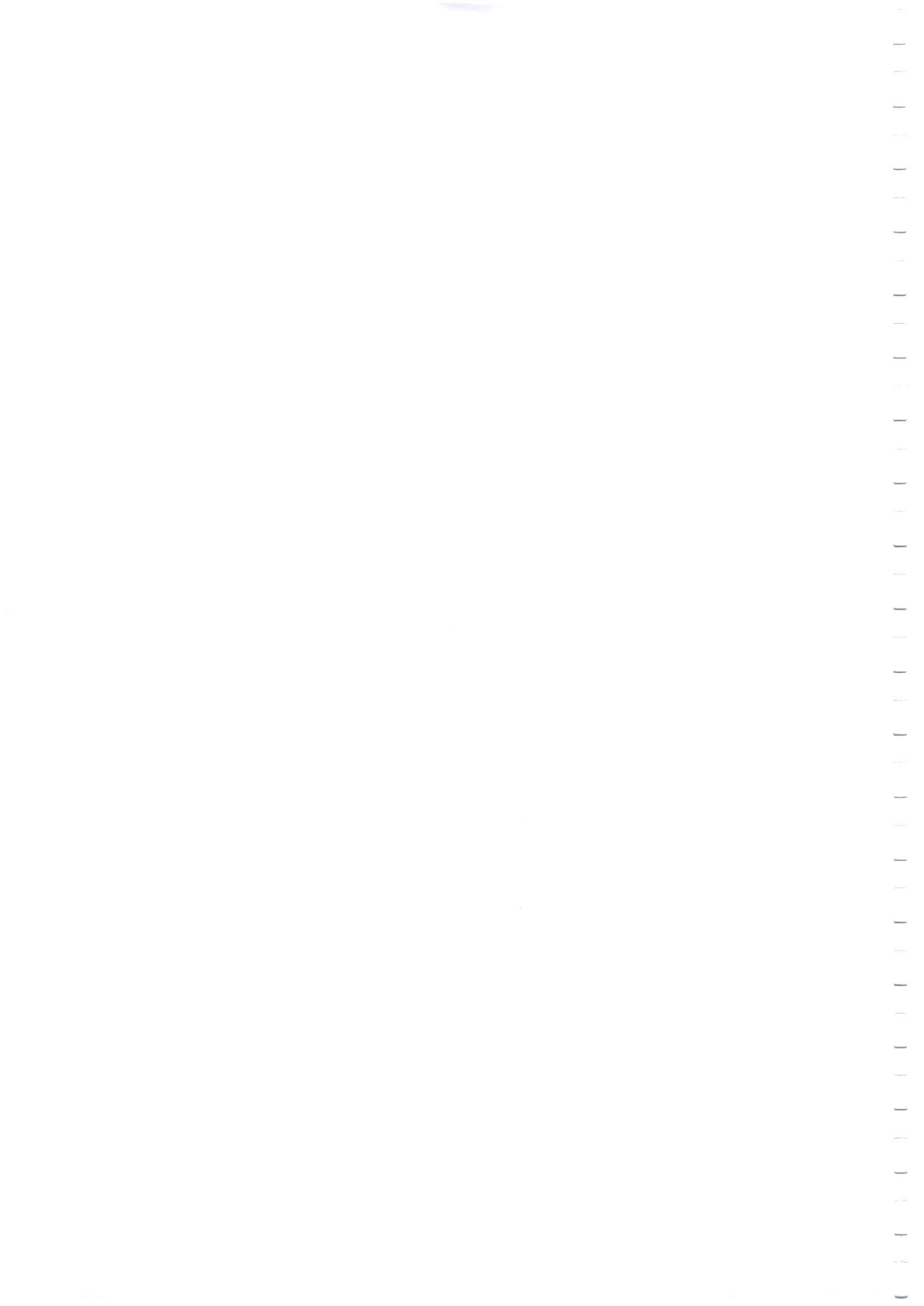
Illegal Drug Advertisings and Strategy

โดย

นางพนิตนาฏ คำนุ้ย

กองยา

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

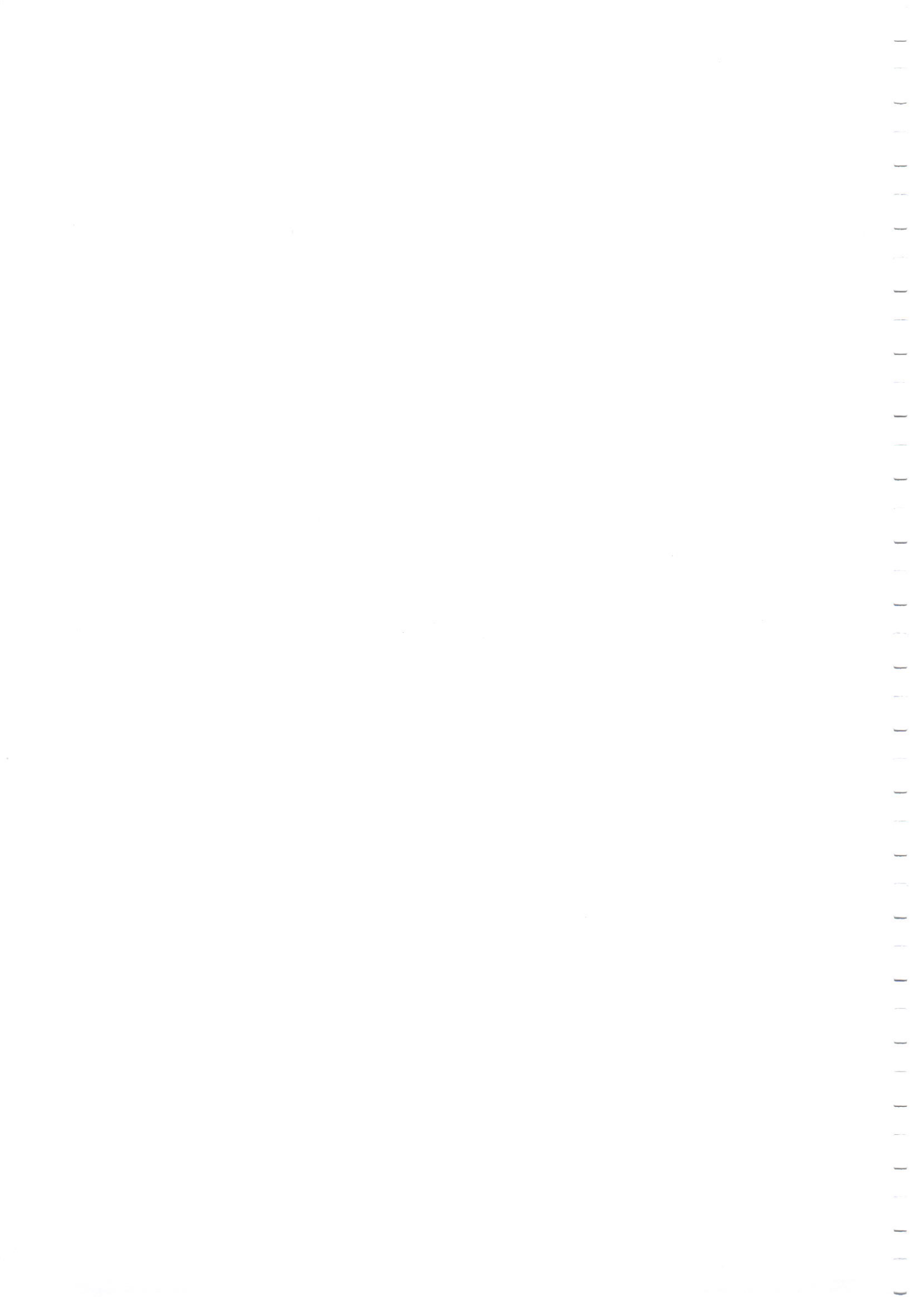


คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมีหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ปลอดภัยจากการบริโภคยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น และเป็นหน่วยงานเศรษฐกิจที่สร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ การคุ้มครองผู้บริโภคให้ปลอดภัยจากการบริโภคยา และส่งเสริมผู้ประกอบการให้ดำเนินการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ภาครัฐจำเป็นต้องมีทรัพยากรเพียงพอ ทันสมัย และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งส่งเสริมภาคธุรกิจตามขอบเขตของกฎหมาย ในขณะที่เดียวกันจะต้องดำเนินการปราบปรามอย่างเคร่งครัดกับผู้กระทำความผิดอันเป็นเหตุให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากการหลงเชื่อโฆษณา ผู้บริโภคตระหนักรู้และเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ยาอย่างถูกต้อง และมีเครือข่ายที่เข้มแข็ง

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่นำความสะดวก รวดเร็วมาสู่ชีวิตประจำวัน ในขณะเดียวกัน การดำเนินการฝ่าฝืนกฎหมายก็สามารถกระทำได้อย่างง่ายดายหากไม่มีระบบการคัดกรองที่เพียงพอ จนเกิดปัญหาการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายซึ่งเป็นการกระทำที่เอาเปรียบผู้บริโภค ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น ประสานความร่วมมือในการจัดการปัญหาการโฆษณาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงได้รับอันตรายจากการหลงเชื่อคำโฆษณาหลอกลวง จนเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัยบ่อยครั้ง ผู้วิจัยจึงดำเนินการรวบรวมข้อมูลการโฆษณาขายยาออนไลน์เพื่อศึกษาสถานการณ์ หาแนวทางและเสนอมาตรการเพิ่มเติมในการจัดการปัญหา

ผู้วิจัยหวังว่า การศึกษาวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและสังคมโดยรวมในการจัดการปัญหาโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายได้ทางหนึ่งได้อย่างทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน



กิตติกรรมประกาศ

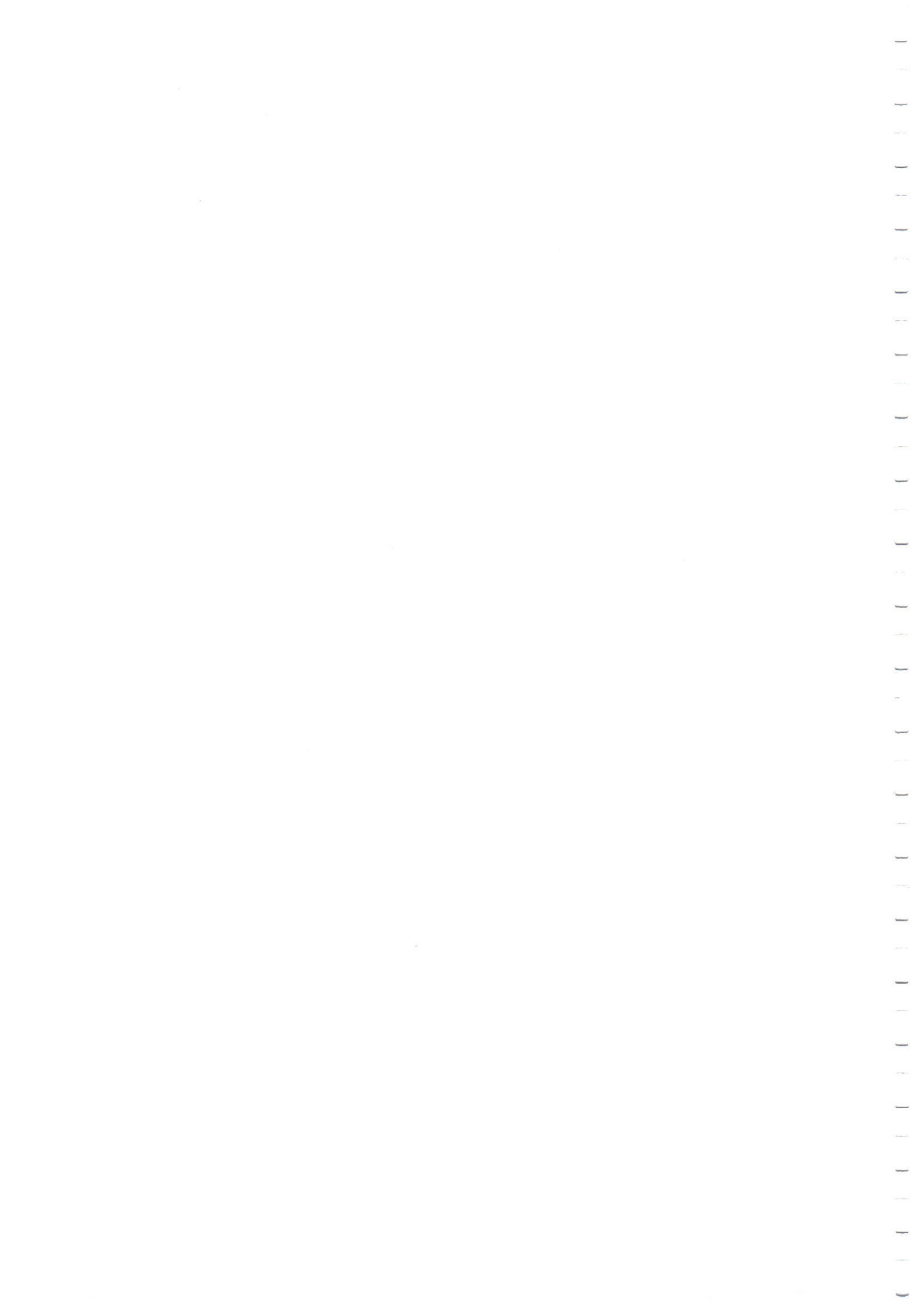
งานศึกษาวิจัยครั้งนี้เกิดขึ้นและสำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์จากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และผู้อำนวยการกองยา ดร.ภก.สุชาติ จงประเสริฐ ที่ให้โอกาสและสนับสนุนในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณอดีตผู้อำนวยการสำนักยา ภญ.สุกัญญา เจียรพะพงษ์ ดร.ภญ.ยุพดี จารุ่งฤทธิ และผู้เชี่ยวชาญ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่งานโฆษณา เจ้าหน้าที่งานยาชีววัตถุ กองยา เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะ ให้กำลังใจ และความอนุเคราะห์ในหลายๆด้านอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การศึกษาวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในด้านการจัดการปัญหาโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

พนิตนาฏ คำนุ้ย

ธันวาคม 2562

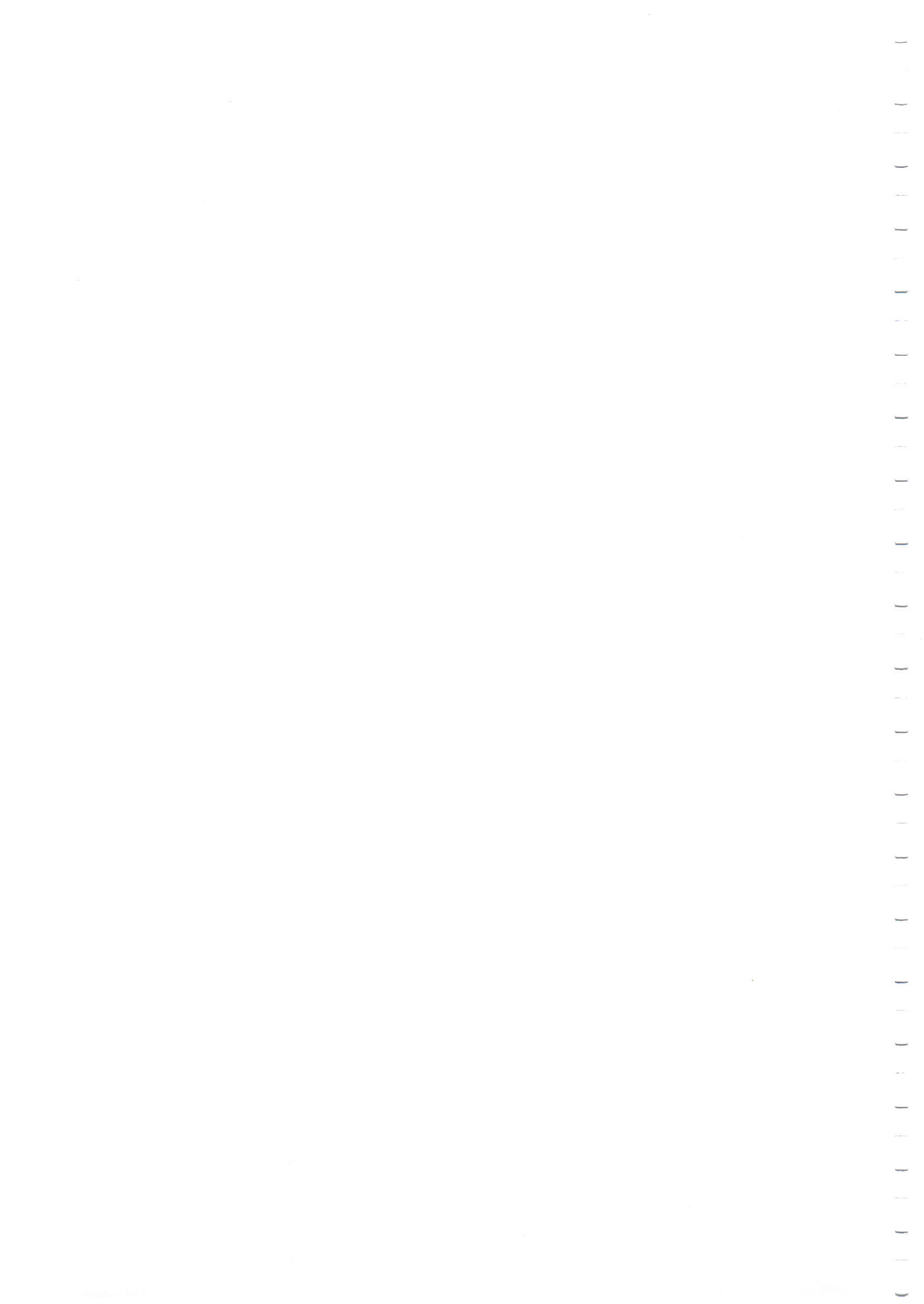


บทสรุปผู้บริหาร

ปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพเป็นปัญหาที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของผู้บริโภค และเสียทรัพย์โดยไม่จำเป็นที่ต่อเนื่องตามประเภทสื่อโฆษณาที่เกิดขึ้นใหม่ทั้งวิทยุธุรกิจ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม และอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันหลอมรวมเชื่อมโยงเว็บไซต์ต่างๆ เป็นสื่อออนไลน์ที่ทรงพลังมากกว่าสื่อออฟไลน์ หรือสื่อดั้งเดิม เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วารสาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ออย. หน่วยงานดูแลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ กสทช. หน่วยงานดูแลด้านใบอนุญาตผู้ประกอบการสื่อ กระทรวงดิจิทัล ดูแลกฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ สตช. โดยกองปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับคดีคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) มีการประสานงานและปรับกระบวนการดำเนินการกับผู้กระทำความผิดให้รวดเร็วขึ้น แต่ยังคงพบว่ามีปัญหาผู้บริโภคได้รับอันตรายจากการหลงเชื่อซื้อสินค้าออนไลน์

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัญหาโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย เฉพาะยาแผนปัจจุบัน ตามพระราชบัญญัติยา เพื่อให้ทราบสถานการณ์และนำผลการศึกษาวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนวทาง มาตรการเพิ่มเติมในการจัดการปัญหาโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย ผลการวิจัยพบสถานการณ์ดังนี้

1. การโฆษณาอาหาร หรือเครื่องสำอาง หรือเครื่องมือแพทย์ในลักษณะทำให้เข้าใจว่าเป็นยาร้อยละ 9.8
2. การโฆษณาขายยาที่ผิดกฎหมายสูงถึงร้อยละ 83.37 มีทั้งที่เป็นยาควบคุมพิเศษ ยาอันตราย ยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ และยาสามัญประจำบ้าน ทาง e-marketplace ร้านค้าออนไลน์/ร้านขายยาออนไลน์ และเว็บไซต์ทั่วไป เป็นการโฆษณาอันตราย ร้อยละ 28.98 เป็นการโฆษณายาควบคุมพิเศษ ร้อยละ 3.45
3. การโฆษณาที่ผิดกฎหมายทั้งยาที่ไม่พบทะเบียนตำรับยา และยาที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้ว ทางเว็บไซต์ e-marketplace social media เว็บไซต์ทั่วไป และร้านค้าออนไลน์/ร้านขายยาออนไลน์ จัดทำโดยบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ ร้านขายยา/เจ้าของร้านค้า และบุคคลทั่วไป
4. เว็บไซต์หลัก จัดทำโดยเจ้าของยา พบว่ามีการขออนุญาตโฆษณาแล้ว



5. รูปแบบของการโฆษณาในลักษณะรีวิวยา มีทั้งการรวิวยาผลิตภัณฑ์เดียว หรือการรวิวยาโดยการเปรียบเทียบกับยาของบริษัทอื่น ประกอบบทความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและการเลือกซื้อยาในลักษณะรีวิวยาเว็บไซต์สุขภาพ และเว็บไซต์ทั่วไป(เว็บไซต์ของสำนักพิมพ์)

6. การโฆษณาขายยาสามัญประจำบ้านที่แสดงสูตรตำรับยา หนึ่งในส่วนประกอบสำคัญคือ Camphorated Opium Tincture หรือทิงเจอร์ฝิ่นการบูร ทางเว็บไซต์ e-marketplace ซึ่งเป็นการชักจูงให้สั่งซื้อยาเพื่อนำไปใช้ในการใช้ในทางที่ผิดได้ง่าย

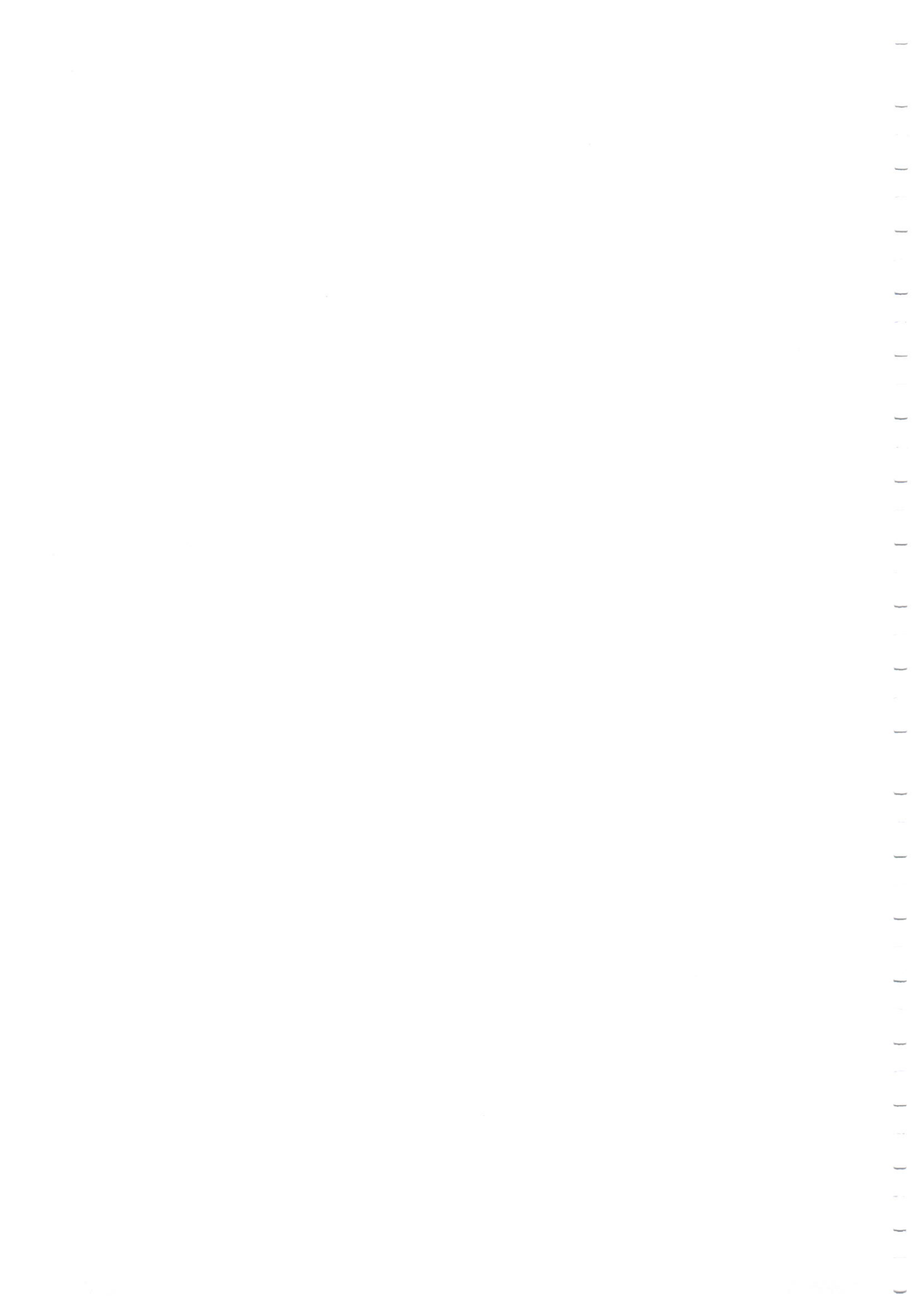
จากการศึกษาสถานการณ์ปัญหาโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะมาตรการการเพิ่มเติมโดยการจัดการปัญหาการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายอย่างเชื่อมโยงครอบคลุมทั้งระบบ ดังนี้

1. ภาคเอกชนควรมีระบบการกำกับดูแลตนเอง เพื่อให้การประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในกรอบของกฎหมาย โดยเจ้าของแพลตฟอร์ม e-marketplace, social media เจ้าของเว็บไซต์ ควรจัดทำระบบการคัดกรองการโฆษณาขายยา เช่น คัดกรองเบื้องต้นจากเลขทะเบียนตำรับยา เลขที่ใบอนุญาตโฆษณา และการแสดงหมวดหมู่สินค้า เช่น ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ ให้ชัดเจน จัดทำระบบสมาชิกให้สามารถบ่งชี้ตัวตนสมาชิกได้ จัดทำระบบตรวจสอบข้อความโฆษณาที่ได้รับอนุญาตตามใบอนุญาตโฆษณา และดำเนินการโฆษณารวมถึงการขายยาให้เป็นไปตามกฎหมาย

2. ภาครัฐ อย. โดยสำนัก/กอง/กลุ่มที่เกี่ยวข้อง ควรดำเนินการ

2.1 ควรพัฒนาระเบียบ หลักเกณฑ์การโฆษณายาให้ชัดเจน ไม่ซับซ้อน เท้าทับกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น กำหนดให้แสดงเลขทะเบียนตำรับ/เลขสารบบ/เลขจดแจ้ง ตามแต่กรณี เพื่อให้ผู้บริโภคและเจ้าหน้าที่สามารถสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากฐานข้อมูลตรวจสอบผลิตภัณฑ์ของ อย. ได้สะดวก รวดเร็ว รวมถึงห้ามโฆษณาส่วนประกอบของยาบางตำรับที่ส่วนประกอบในตำรับยาดังกล่าวอาจถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด เช่น กรณียาแก้ไอน้ำดำที่มีหนึ่งในส่วนประกอบสำคัญคือ Camphorated Opium Tincture

2.2 ประชาสัมพันธ์ให้สังเกตรหัสเลขทะเบียนตำรับยา/เลขสารบบอาหาร/เลขจดแจ้ง ตามกฎหมายเฉพาะในการอนุญาตโฆษณา ซึ่งขณะนี้กองยากำลังดำเนินการขออนุมัติแก้ไขหลักเกณฑ์การอนุญาตโฆษณาขายยาโดยกำหนดให้แสดงเลขรหัสทะเบียนตำรับในการโฆษณาขายยา ซึ่งโดยได้ผ่านการพิจารณาโดยคณะทำงานพิจารณาโฆษณาครั้งที่ 23/2562 วันที่ 2 ธันวาคม 2562



2.3 ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคพร้อมแจ้งเบาะแสการโฆษณาผิดกฎหมาย ในการได้รับเงินส่วนแบ่งเงินรางวัลจากการแจ้งเบาะแสการโฆษณาผิดกฎหมายอันนำมาซึ่งค่าปรับ

2.4 เผื่อหวังตรวจสอบโฆษณาอย่างต่อเนื่อง โดยจัดตามความรุนแรงของปัญหาหรือความเสี่ยงของอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ดำเนินการตามกฎหมายทุกสื่อโฆษณาที่มีการเชื่อมโยงไปถึงตามที่ปรากฏในหน้าโฆษณา

2.5 ดำเนินการกับผู้กระทำความผิดอย่างเคร่งครัด และเปรียบเทียบปรับการกระทำความผิดเป็นรายครั้งที่พบความผิด ประกาศหนังสือสั่งให้ระงับโฆษณาหรือผลการสั่งระงับโฆษณาขยายและข้อความโฆษณา รวมถึงจัดทำ Blacklist เว็บไซต์ที่ผิดโฆษณาผิดกฎหมาย บนเว็บไซต์ของ อย. ต่อสาธารณะเช่นเดียวกับต่างประเทศ

2.6 พัฒนากฎหมายให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยแก้ไขเพิ่มเติม ทั้งนิยาม บทลงโทษ การเยียวยาผู้เสียหาย การประกาศแก้ไขความเข้าใจผิด การประกาศหนังสือสั่งให้ระงับโฆษณาและข้อความโฆษณา

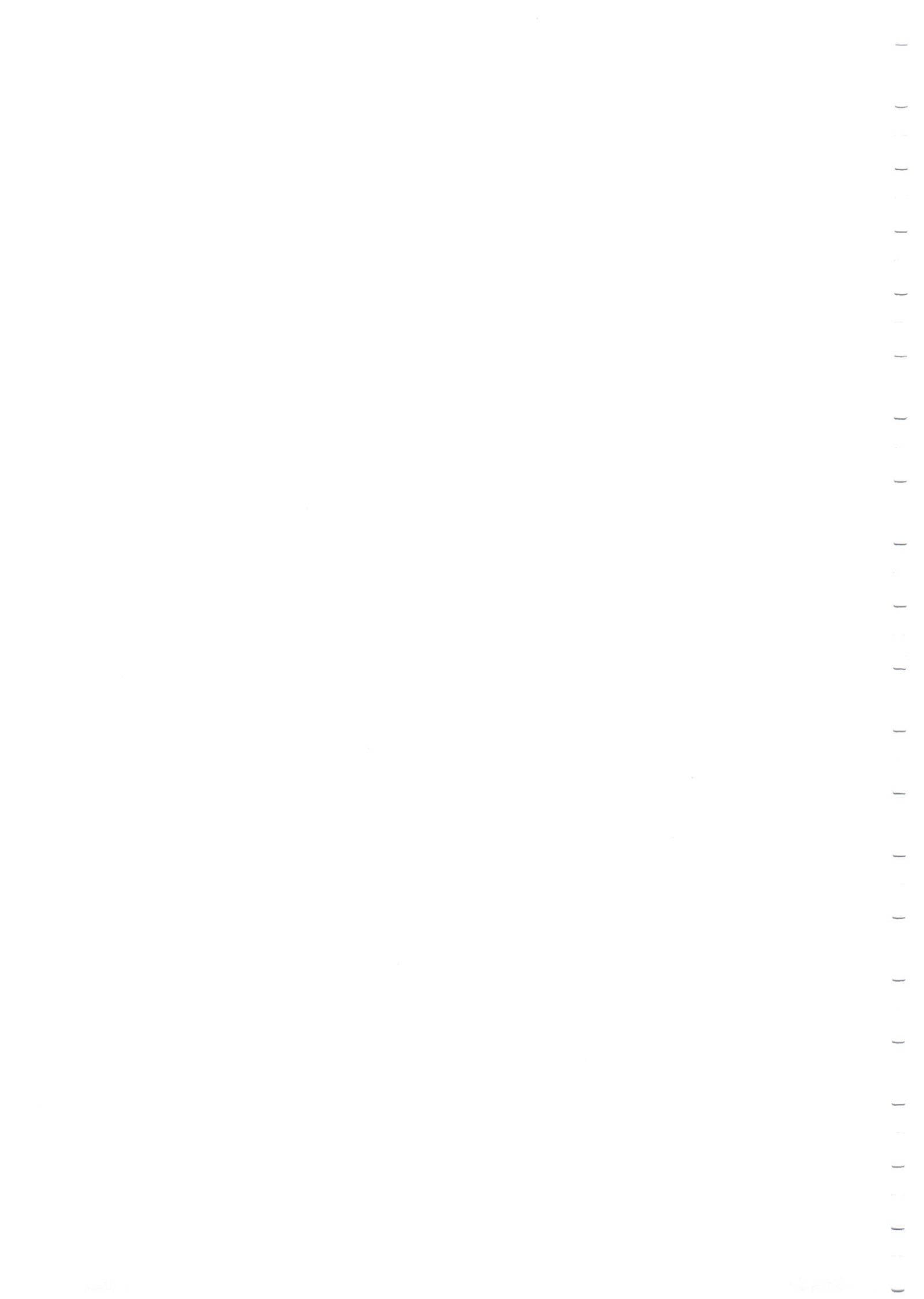
2.7 พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ที่สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.8 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้มีความรู้ และดำเนินการโฆษณาอยู่ขอบเขตของกฎหมาย

2.9 พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้มียุติธรรมรู้ให้เข้าถึง ตามกลุ่มเป้าหมาย ในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องหรือผิดกฎหมาย รู้เท่าทันการโฆษณาหลอกลวง และรู้วิธีตรวจสอบผลิตภัณฑ์และโฆษณาจากระบบตรวจสอบผลิตภัณฑ์และโฆษณา

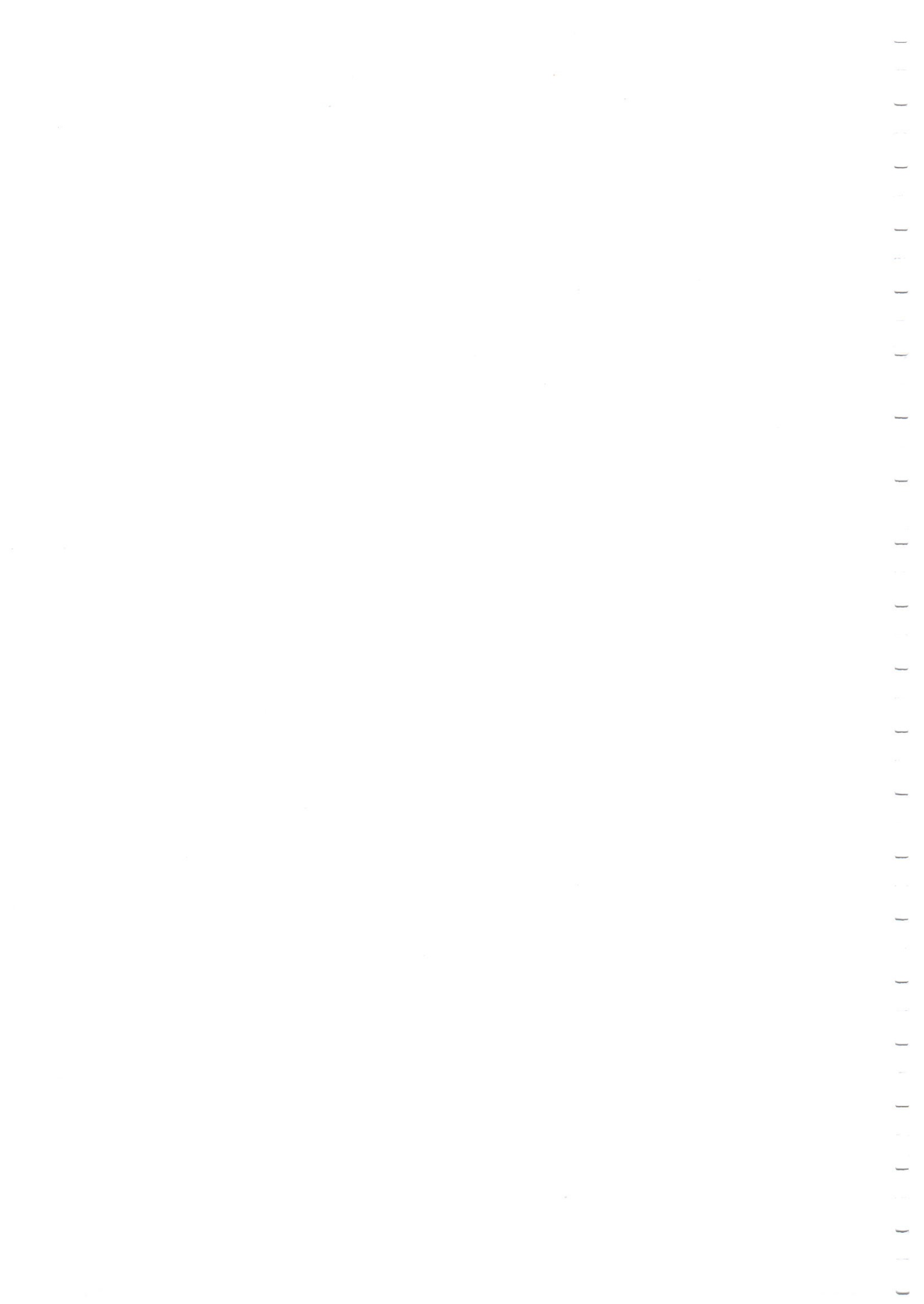
2.10 พัฒนารฐานข้อมูลการตรวจสอบอนุญาตผลิตภัณฑ์ ฐานข้อมูลตรวจสอบการอนุญาตโฆษณา และฐานข้อมูลการกระทำผิด ให้ต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน และสืบค้นง่าย มีการแสดงภาพผลิตภัณฑ์ ภาพหน้าโฆษณาชุดตีพิมพ์เผยแพร่โฆษณาโดยเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการ

3. ภาครัฐทั้ง อย. กสทช. บกปคบ. กระทรวงดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องจะต้องบูรณาการการดำเนินการในการจัดการปัญหาโฆษณาอย่างต่อเนื่อง



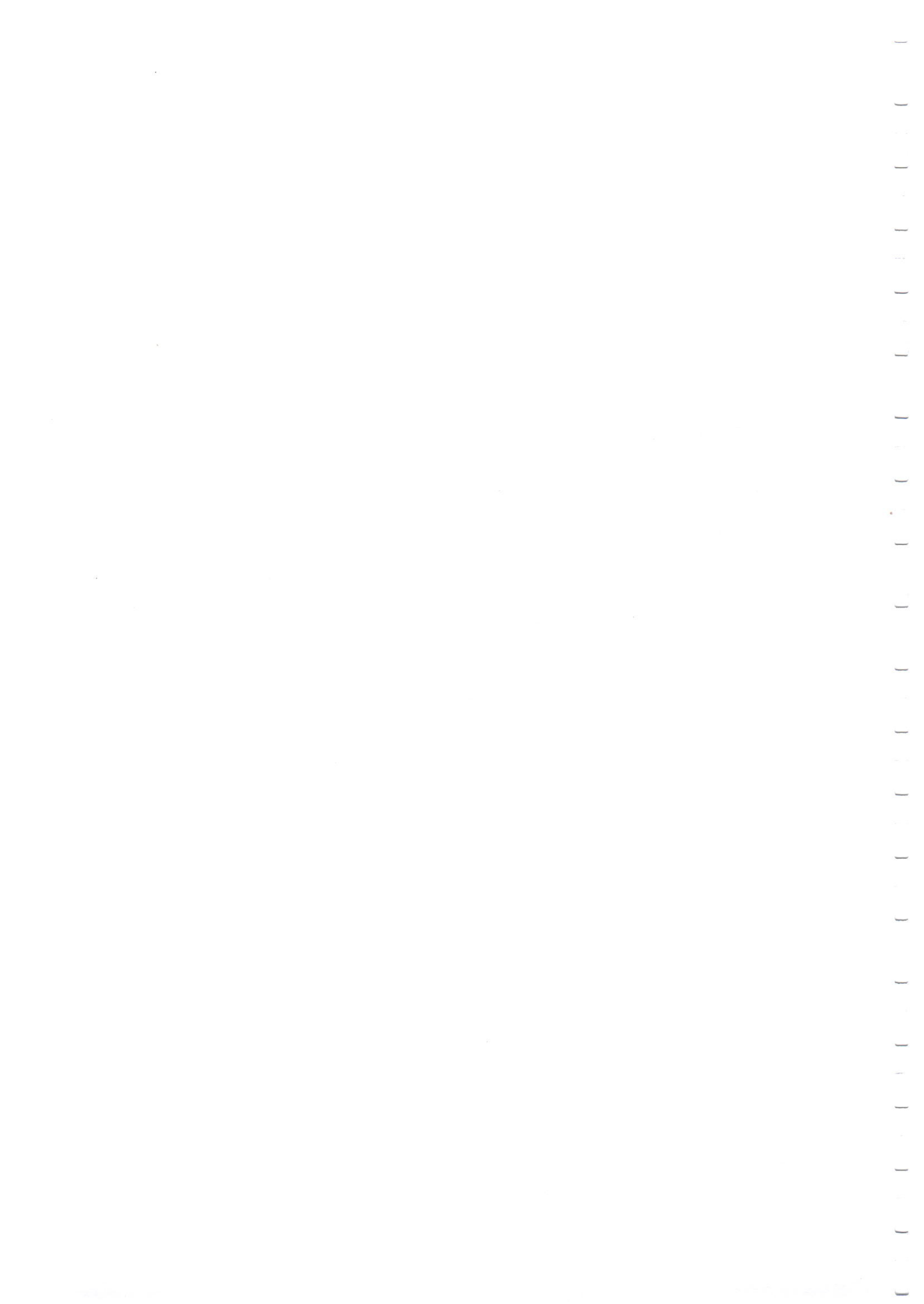
บทคัดย่อ

จากข่าวผู้บริโภคที่ได้รับอันตรายจากการใช้ยาปรากฏว่ามักเกิดจากอิทธิพลของการโฆษณาออนไลน์ซึ่งสามารถสั่งซื้อยาได้ง่าย การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัญหาการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายเพื่อเสนอมาตรการแนวทางการดำเนินการแก้ไขปัญหเพิ่มเติม โดยเน้นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย **วิธีการ** เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยดำเนินการดังนี้ การเก็บข้อมูลการโฆษณาขายยาทางสื่อออนไลน์แบบบังเอิญ จำนวน 500 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 15-22 พ.ย. 2562 ครอบคลุมทั้ง 7 วันของสัปดาห์ จากเว็บไซต์หลัก (บริษัทเจ้าของยาเป็นผู้จัดทำ) เว็บไซต์ทั่วไป (ได้แก่ เว็บไซต์เกี่ยวกับสุขภาพและเว็บไซต์ราชการ) เว็บไซต์ e-marketplace และเว็บไซต์ social media ร้านค้าออนไลน์/ร้านขายยาออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ได้แก่ รูปแบบและเนื้อหาการโฆษณาในด้านกฎหมาย ผลการวิจัย จากการเก็บข้อมูลการโฆษณาขายยาทางสื่อออนไลน์ทั้งหมด 500 ตัวอย่าง จัดเป็นการโฆษณาขายยา 451 รายการ (ร้อยละ 90.2) และเป็นการโฆษณาที่ต่อต้านสรรพคุณเป็นยา 49 รายการ (ร้อยละ 9.8) โดยจำแนกตามเลขสารบบหรือเลขจดแจ้งตามกฎหมายเฉพาะ ได้แก่ อาหาร 3 รายการ (ร้อยละ 0.6) เครื่องมือแพทย์ 12 รายการ (ร้อยละ 2.4) เครื่องสำอาง 16 รายการ (ร้อยละ 3.2) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร 7 รายการ (ร้อยละ 1.4) และเป็นการโฆษณาที่ต้องตรวจสอบเพิ่มเติม 11 รายการ (ร้อยละ 2.2) ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ในแง่กฎหมายยาด้านทะเบียนตำรับยา เนื้อหา และรูปแบบสื่อโฆษณา พบว่าเป็นการโฆษณาขายยาที่ผิดกฎหมาย 376 รายการ (ร้อยละ 83.37) จำแนกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผิดกฎหมาย (ไม่พบข้อมูลการขึ้นทะเบียนตำรับยา) 25 รายการ (ร้อยละ 5.54) และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาที่ถูกกฎหมาย 351 รายการ (ร้อยละ 93.35) ดังนี้ ยาสามัญที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษหรือยาสามัญประจำบ้าน 207 รายการ (ร้อยละ 45.9) ยาอันตราย 101 รายการ (ร้อยละ 22.39) ยาสามัญประจำบ้าน 25 รายการ (ร้อยละ 5.54) ยาควบคุมพิเศษ 18 รายการ (ร้อยละ 3.99) และเมื่อจำแนกการโฆษณาขายยาที่ผิดกฎหมายตามรูปแบบของสื่อโฆษณาจำนวน 376 รายการ พบการโฆษณาขายยาที่ผิดกฎหมายโดยเว็บไซต์ e-marketplace สูงสุดคือ 170 รายการ (ร้อยละ 45.21) ร้านค้าหรือร้านขายยาออนไลน์ 133 รายการ (ร้อยละ 35.37) เว็บไซต์ social media 49 รายการ (ร้อยละ 13.03) เว็บไซต์หลัก 15 รายการ (ร้อยละ 3.99) เว็บไซต์ทั่วไป 7 รายการ (ร้อยละ 1.86) และเว็บไซต์สุขภาพ 2 รายการ (ร้อยละ 0.53) ซึ่งเป็นลักษณะความผิดของการโฆษณาขายยาทางสื่อออนไลน์ที่ผิดกฎหมายเป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 มาตรา 88 ทวิ (1)



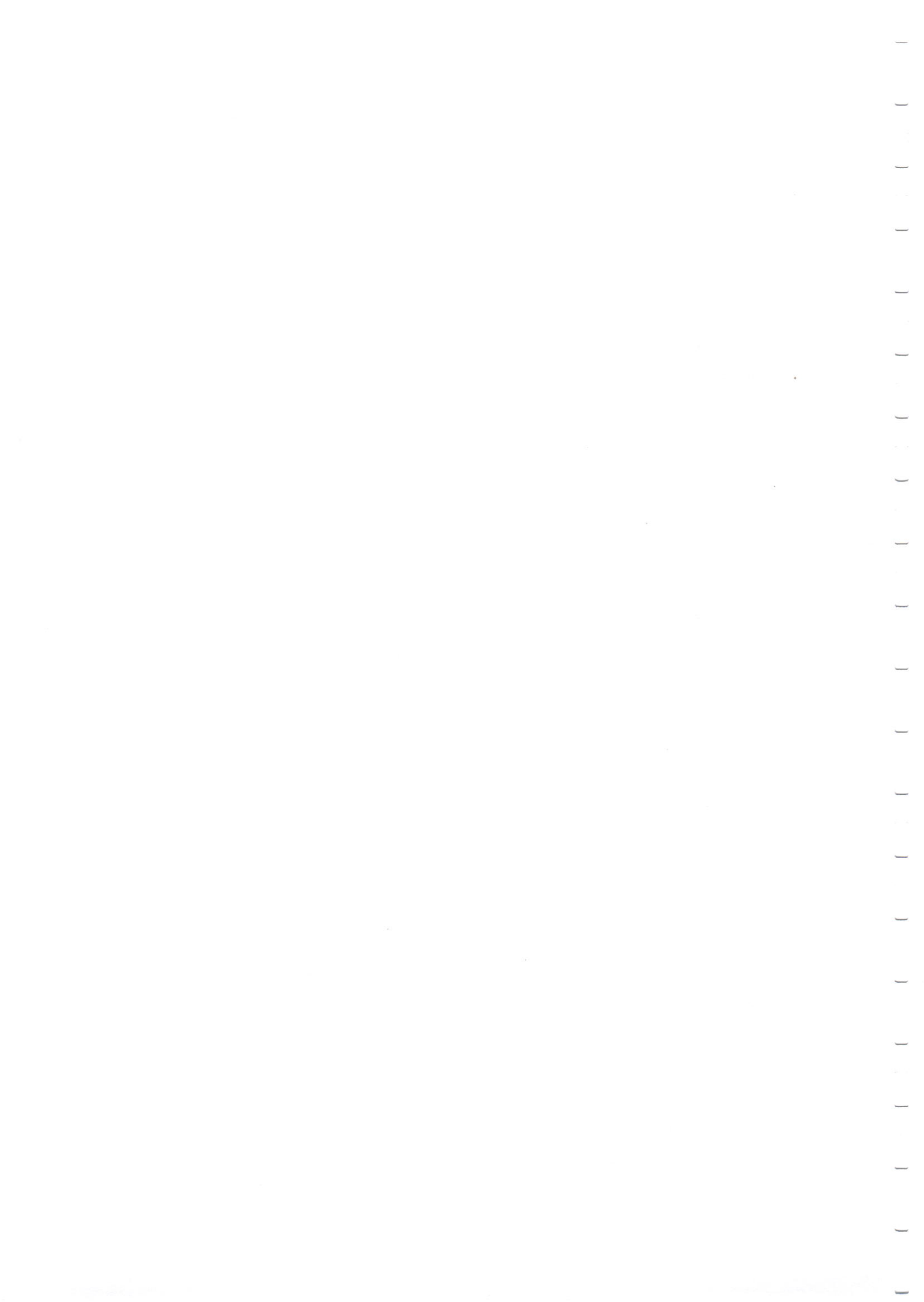
หรือการโฆษณาไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 88 ทวิ (2) ร้อยละ 100 สรุป ปัญหาการโฆษณา ขยายทางสื่อออนไลน์ที่ผิดกฎหมายเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องเร่งแก้ไข และต้องอาศัยความร่วมมือจาก ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการลดปัญหาโฆษณาทั้งการปรับมาตรการดำเนินการให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดำเนินการตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด การปรับหลักเกณฑ์การอนุญาตโฆษณาขยาย การจัดการความรู้ ให้แก่ผู้โฆษณา ผู้รับผิดชอบสื่อโฆษณา และประชาชน สำคัญที่สุดคือ ความร่วมมือจากผู้จัดทำเว็บไซต์ใน การจัดการและคัดกรองข้อมูล เพื่อประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภคโดยรวม

คำสำคัญ: การโฆษณาขยาย ผิดกฎหมาย ออนไลน์ มาตรการดำเนินการ การคุ้มครองผู้บริโภค



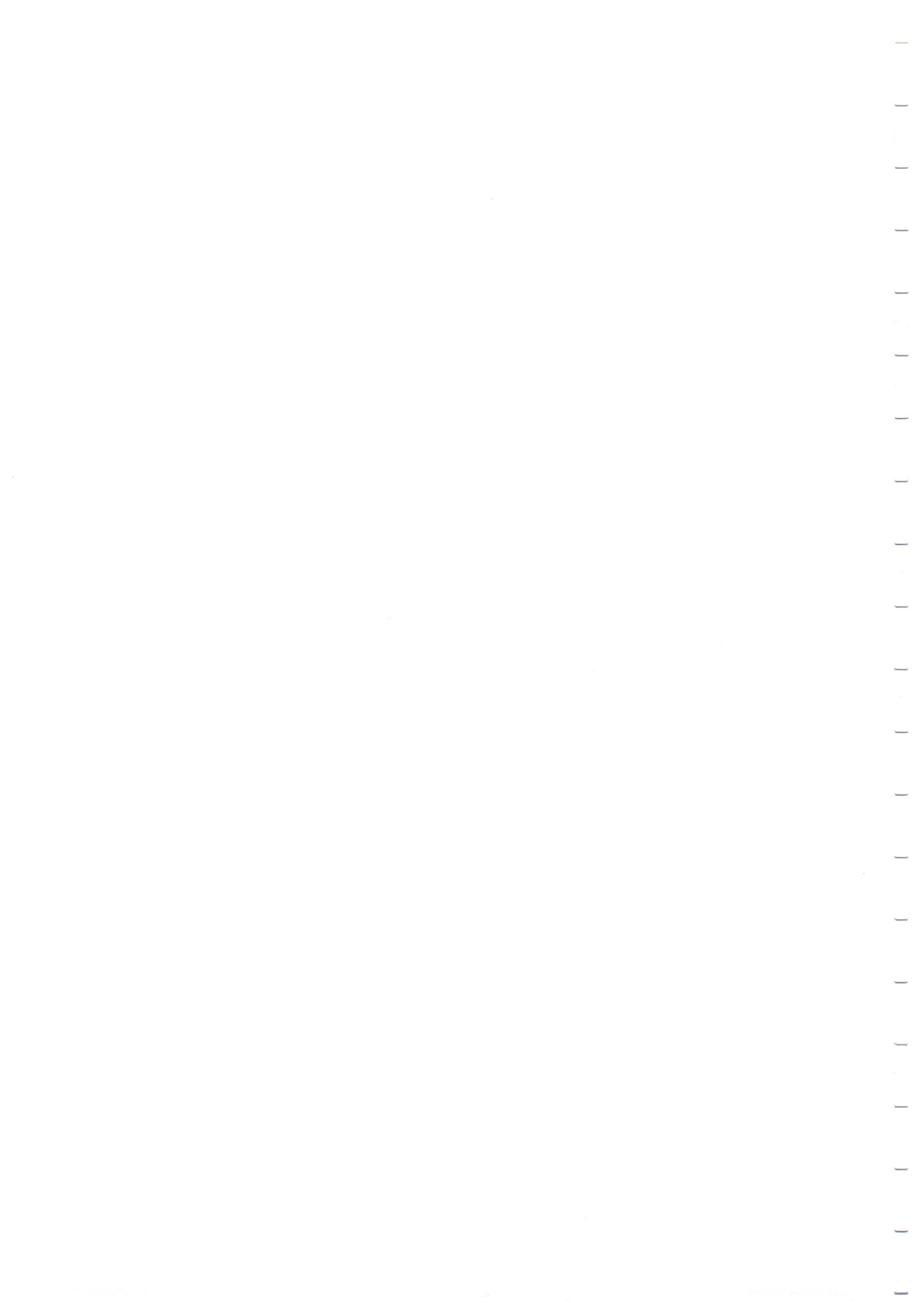
Abstract

From news, cases of consumers harmful affecting by drugs were mostly bought under influencing via online advertisement. Nowadays, it is a very easy approach in purchasing drugs online. Therefore, the objective of this study was to determine illegal drug advertising situation, in order to creating a proper measures to monitor these current illegal situation, especially emphasizing towards the relevant stake holders. **Methodology:** The study was a descriptive research. The study started from collecting 500 online drug-advertisings by accidental sampling in the period of 15-22 November 2562 B.E., which was intended designing to cover 7 days of the week, from manufacturers' websites, common websites (health websites, government websites, for example), e-marketplace websites, social media websites, and online shops/online drug stores. Then, content analysis was applied to analyze the contents, in term of message and forms, accordingly to the Law/Regulation **Results:** From all 500 drug-advertisings collected, could be identified as drug-advertising of drug products 451 items (90.20%) and drug-advertising of others products 49 items (9.86%). With further identification accordingly to notification/serial number system of all other health law/regulation, we found that these 49 items were food 3 items (0.60%); medical device 12 items (2.40%); cosmetic 16 items (3.20%); herbal medicine 7 items(1.40%), and as drug-advertising needed further analysis 11 items (2.20%). We then conducted an additional further analytical step pertinent to drug law/regulation (Registration and Advertising criteria) on these advertisings 451 items, the study demonstrated that 376 items (83.37%) were illegal drug-advertisings of illegal-drugs (no evidence of registration data) 25 items (5.54%) and legally registration drugs 351 items (93.35%). These 351 legally registered drug were generic drugs (not dangerous drugs, specially controlled drugs, nor household drug) 207 items (45.89%), dangerous drugs 101 items (22.39%), household drugs 25 items (5.54%), specially controlled drugs 18 items (3.99%). When applied additionally identification on advertising-sources, the study shown that those 376 illegal drug-advertisings were mostly found in e-marketplace websites (170 of 376 items = 45.21%), following by online shops/drug stores (133 of 376 items = 35.37%), social media (49 of 376 items = 13.03%), manufacture's website (15 of 376 items = 3.99%),



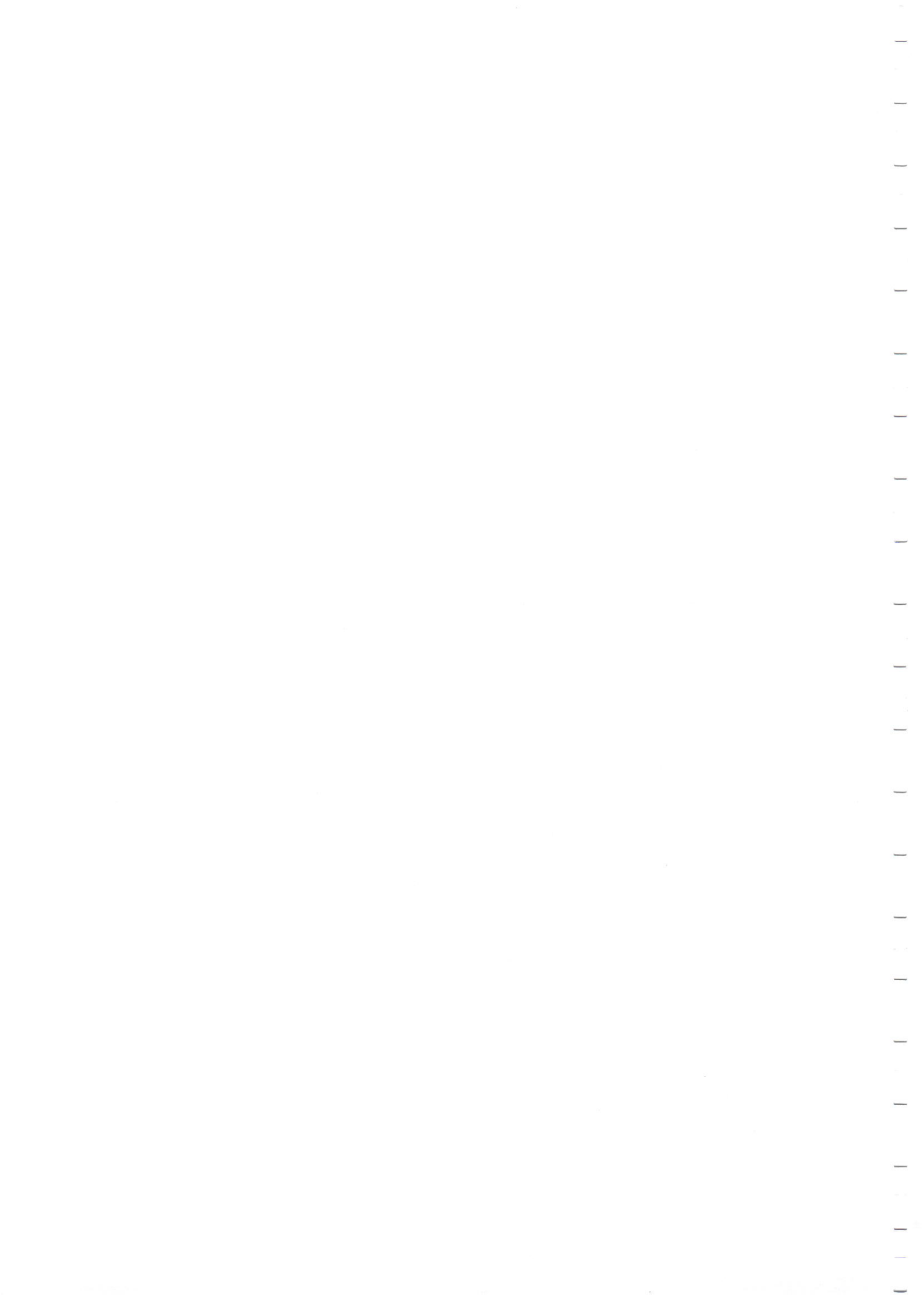
general websites (7 of 376 items = 1.86%), and health websites (2 of 376 items = 0.83%). These 376 illegal drug-advertisings could be identified, accordingly to drug law/regulation, either as “advertise without permission” to Drug Act B.E. 2510 section 88 bis (1) and/or as “not correctly advertise, as permission” to Drug Act B.E. 2510 section 88 bis (2), in the total of 100%. **Conclusion:** Problems on illegal drug-advertisings online nowadays is an important issue and need an urgently solution. It is necessary to involve horizontal cooperation from all relevant stakeholders to monitor the situation, especially conducting an legal actions, strengthening drug-advertising law/regulation, as well as educating all other involving parties, such as advertiser; media owner; and consumer/public. The most important issues are the fruitful cooperation among online media for screening advertising information prior to be launched on each one’s platform. The ultimate outcome of these actions/measure is for overall customer protection and welfare.

Keywords: Drug advertising, illegal, online, measure action, consumer protection



สารบัญ

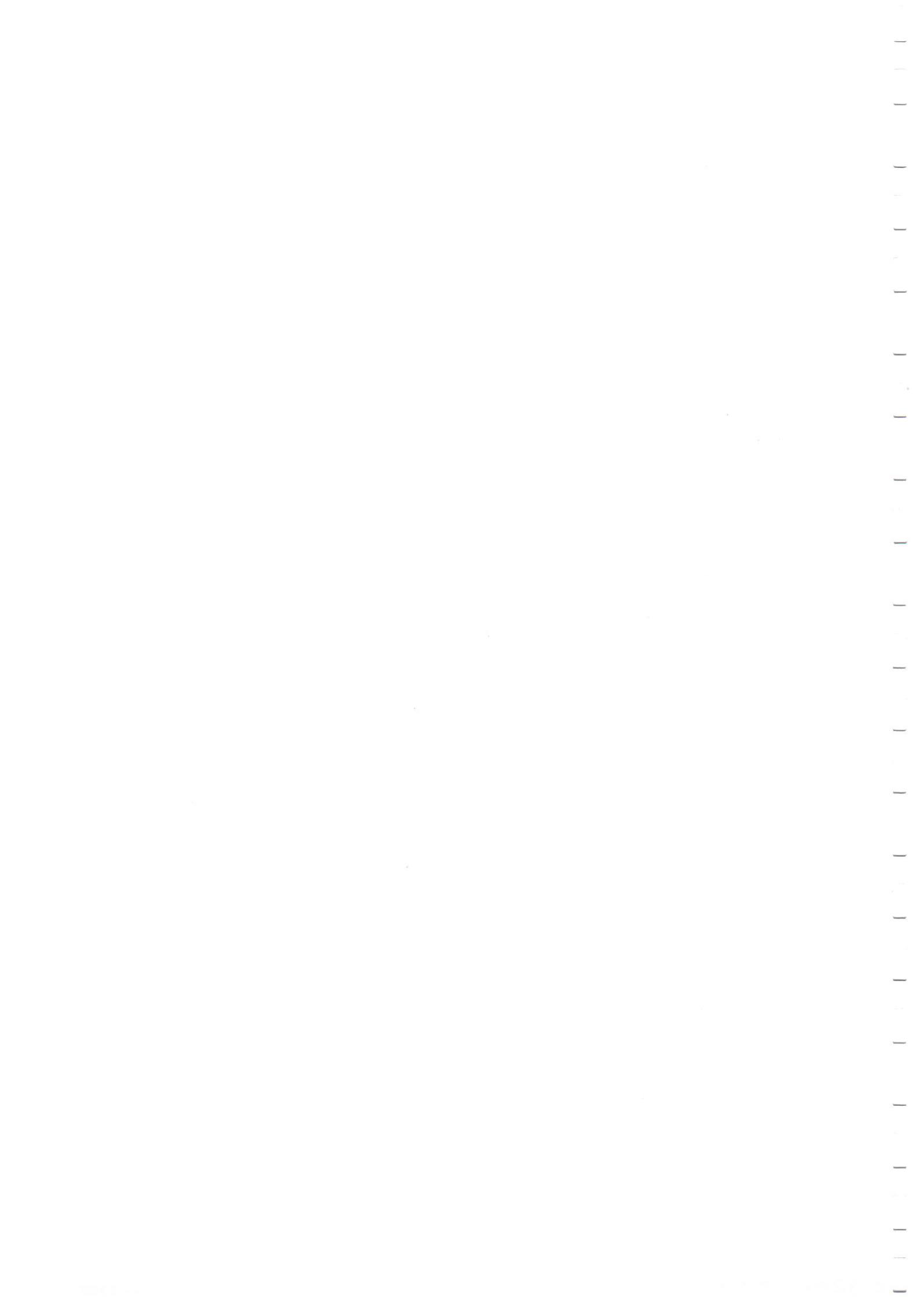
| | หน้า |
|---|-------|
| คำนำ | i |
| กิตติกรรมประกาศ | ii |
| บทสรุปผู้บริหาร | iii |
| บทคัดย่อ (ภาษาไทย) | vi |
| บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ) | viii |
| สารบัญ | x |
| สารบัญตาราง | xiii |
| สารบัญภาพ | xiv |
| สารบัญแผนภูมิ | xviii |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 2. วัตถุประสงค์ | 4 |
| 3. ขอบเขตการวิจัย | 4 |
| 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 4 |
| บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม | 5 |
| 1. สถานการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย | 5 |
| 2. การกำกับดูแลการโฆษณาขายยาของประเทศไทย | 8 |
| 2.1 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 | 8 |
| 2.2 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามกฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์สุขภาพ | 9 |
| 2.3 การแบ่งประเภทของยาตามพระราชบัญญัติยา | 13 |
| 2.4 ขอบเขตการโฆษณาขายยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม | 15 |



สารบัญ(ต่อ)

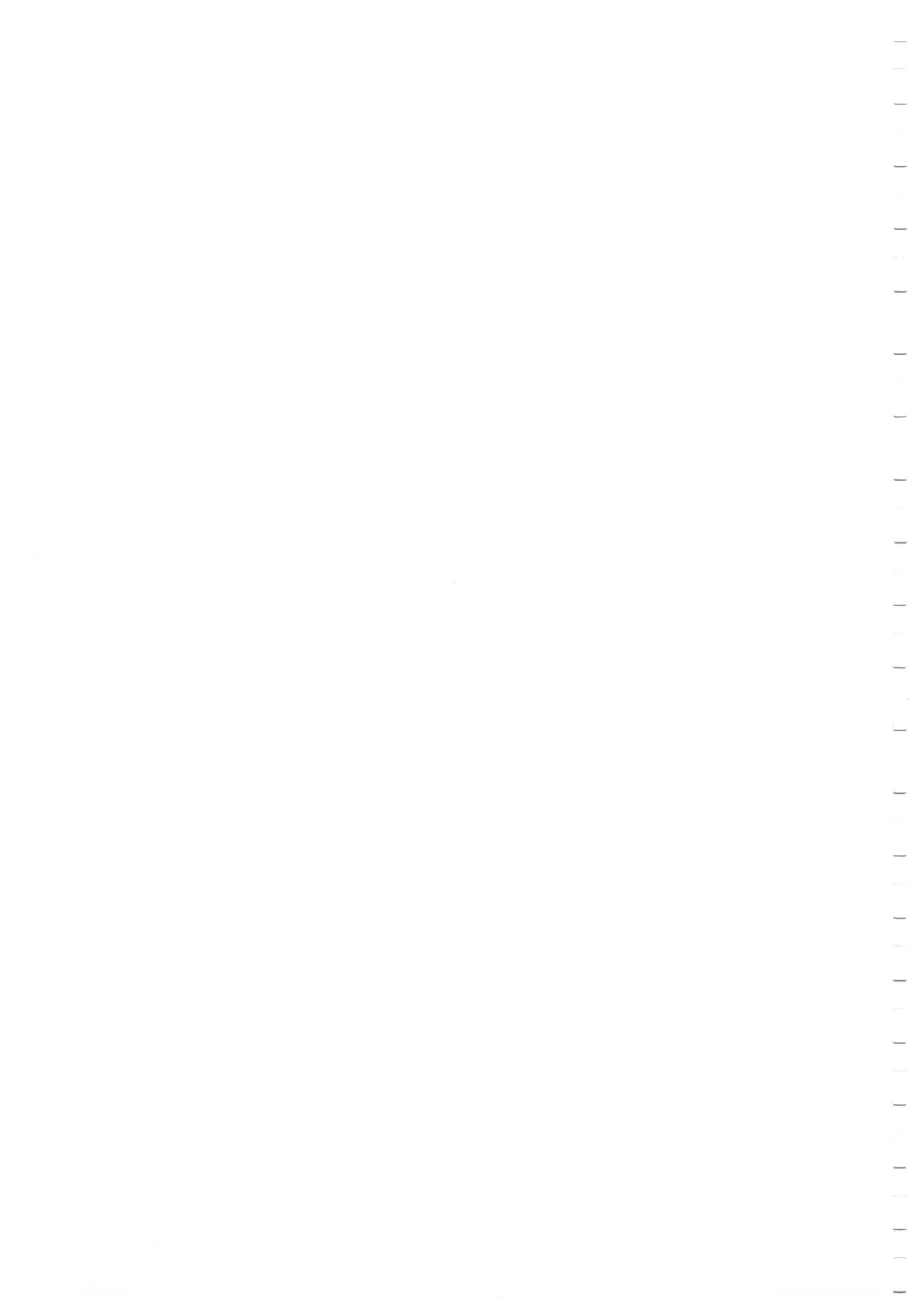
หน้า

| | |
|--|----|
| บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม(ต่อ) | |
| 2.5 การดำเนินการกำกับดูแลการโฆษณาขายยา | 17 |
| 3. การจัดการปัญหาโฆษณาอาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมในประเทศไทย | 23 |
| 3.1 การดำเนินการของ ออย. ก่อนมีมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ | 23 |
| 3.2 การดำเนินการตามมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ | 26 |
| 3.3 มาตรการการจัดการปัญหาโฆษณาอาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ | 27 |
| 4. การจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมในต่างประเทศ | 32 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย | 34 |
| 1. รูปแบบการศึกษาวิจัย | 34 |
| 2. กลุ่มตัวอย่าง | 34 |
| 3. เกณฑ์คัดเข้า/เกณฑ์คัดออก | 34 |
| 4. ขอบเขตการศึกษาวิจัย | 35 |
| 5. วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย | 35 |
| 6. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย | 35 |
| 7. ข้อจำกัดในการวิจัย | 36 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัยและอภิปรายผล | 37 |
| 1. ผลการศึกษาวิจัย | 37 |
| 1.1 การดำเนินการตามเกณฑ์คัดเข้าและคัดออก และตัวอย่าง | 39 |
| 1.2 สถานการณ์การโฆษณาขายยาออนไลน์ | 45 |
| 1.3 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ถูกกฎหมาย ไม่พบข้อบกพร่อง และตัวอย่าง | 46 |
| 1.4 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย: ยาขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้ว และตัวอย่าง | 50 |



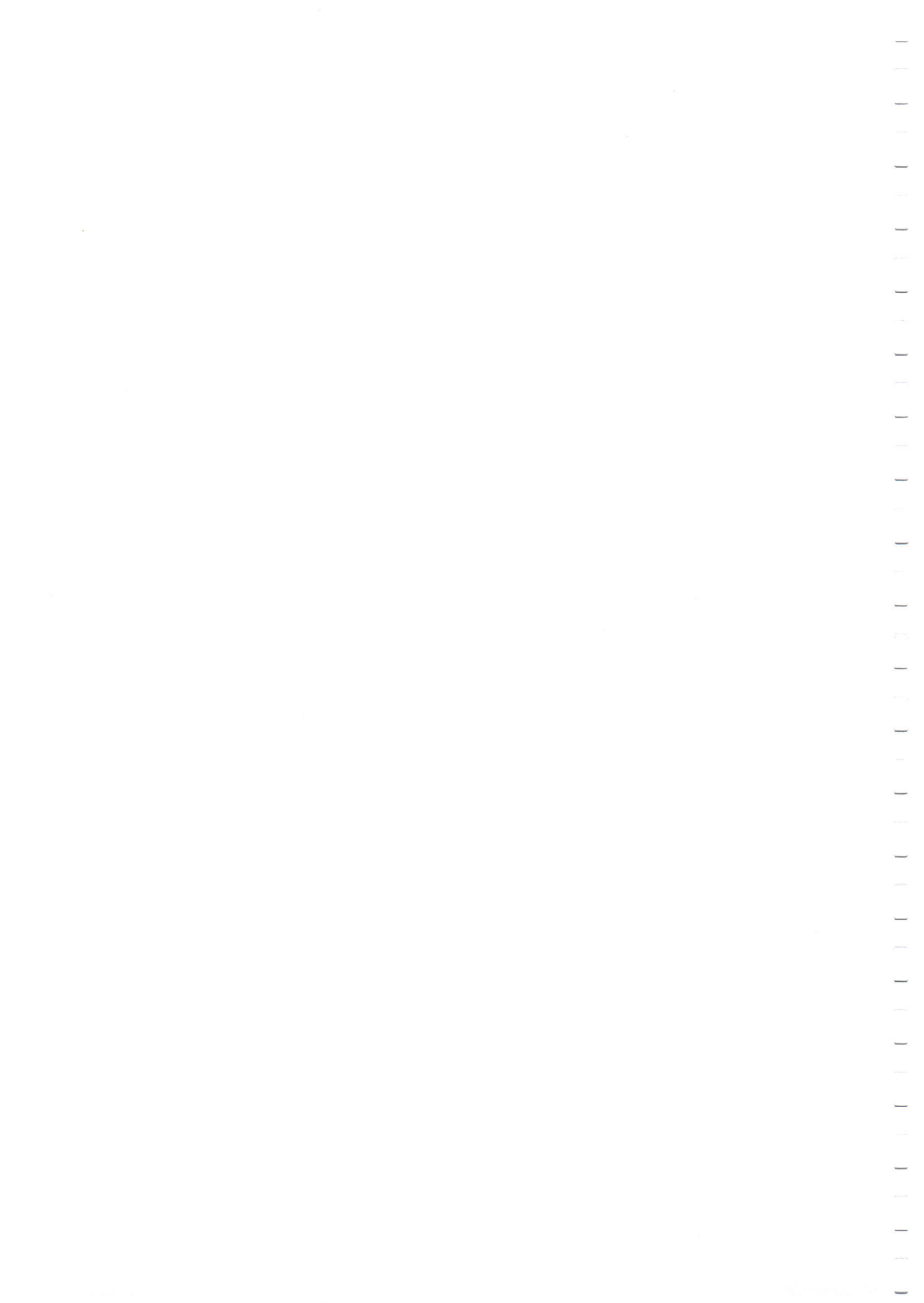
สารบัญ(ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัยและอภิปรายผล(ต่อ) | |
| 1.5 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย: ไม่พบข้อมูลทะเบียนตำรับและตัวอย่าง | 72 |
| 1.6 อื่นๆ: รูปแบบการรีวิวประสบการณ์การรับการรักษาตามโครงการรณรงค์ | 76 |
| 1.7 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายจำแนกตามรูปแบบของการโฆษณา | 77 |
| 1.8 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายจำแนกตามช่องทางของการโฆษณา | 77 |
| 1.9 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายจำแนกตามประเภทของผู้โฆษณา | 79 |
| 2. อภิปรายผล | 79 |
| บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ | |
| 1. บทสรุป | 86 |
| 2. ข้อเสนอแนะ | 87 |
| บรรณานุกรม | 89 |
| ภาคผนวก | 92 |
| ภาคผนวก 1 แบบเก็บตัวอย่างการโฆษณาขายยาออนไลน์ | |
| ภาคผนวก 2 แบบตรวจสอบข้อความโฆษณา | |



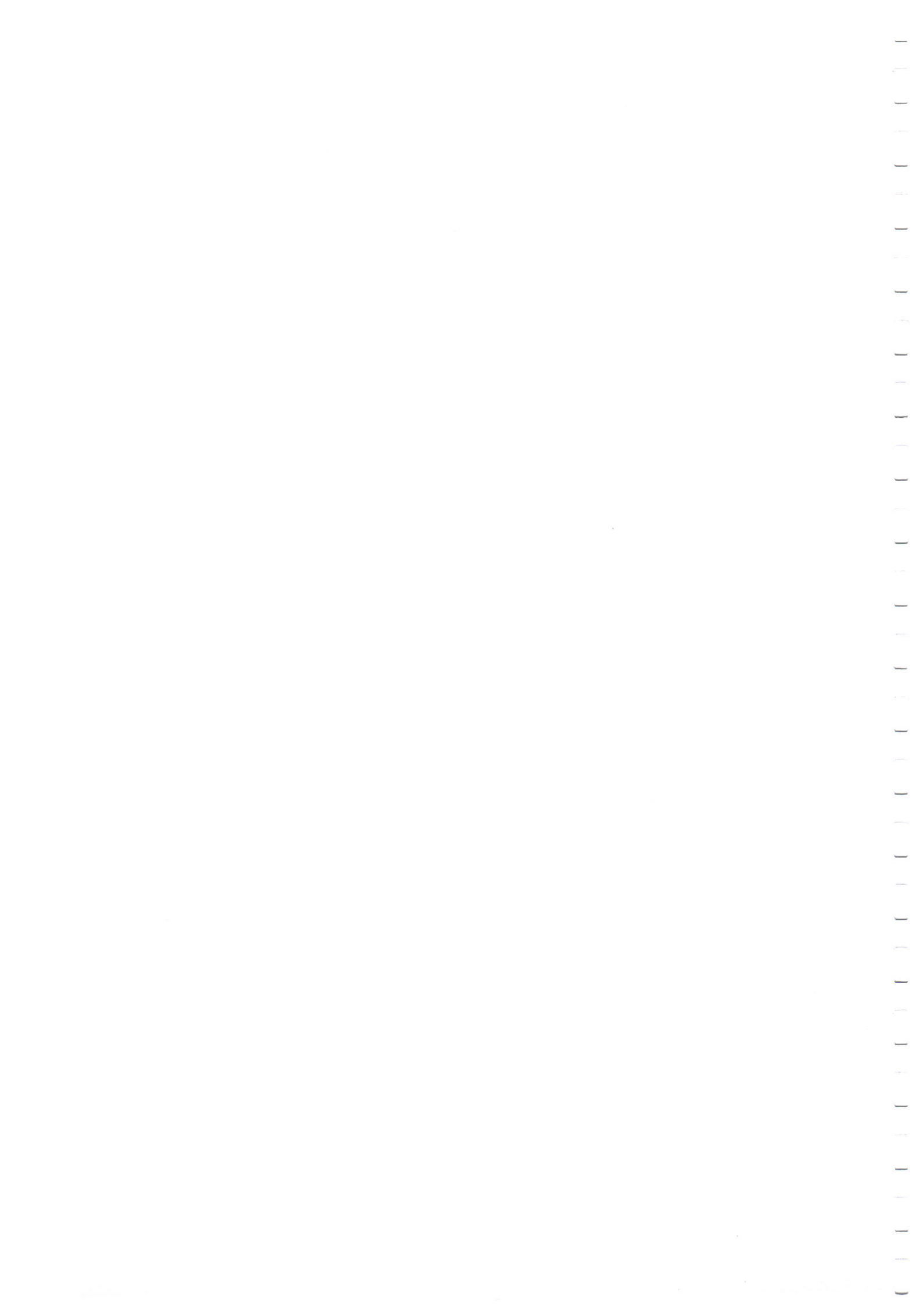
สารบัญตาราง

| ตาราง | | หน้า |
|---------|---|------|
| ตาราง 1 | ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทยา ประเภทร้านยา ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ และการโฆษณาขายยา | 19 |
| ตาราง 2 | ผลงานการพิจารณาคำขอโฆษณาขายยา ระหว่าง ปี พ.ศ. 2559-2562 | 19 |
| ตาราง 3 | สถิติการเฝ้าระวังและตรวจสอบการโฆษณา ระหว่าง ปี พ.ศ. 2558-2562 | 20 |
| ตาราง 4 | สถิติตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 | 21 |
| ตาราง 5 | ผลงานข่าวเตือนภัยการโฆษณาขายยาผิดกฎหมาย ปีงบประมาณ 2560-2563 (วันที่ 1 ต.ค.-30 ธ.ค. 2562) | 22 |
| ตาราง 6 | มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 ประจำปี พ.ศ. 2554 วันที่ 4 ก.พ. 2555 | 25 |
| ตาราง 7 | ประเภทผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ตรวจพบการโฆษณาทางสื่อออนไลน์ ระหว่างวันที่ 15-22 พ.ย. 2562 | 38 |



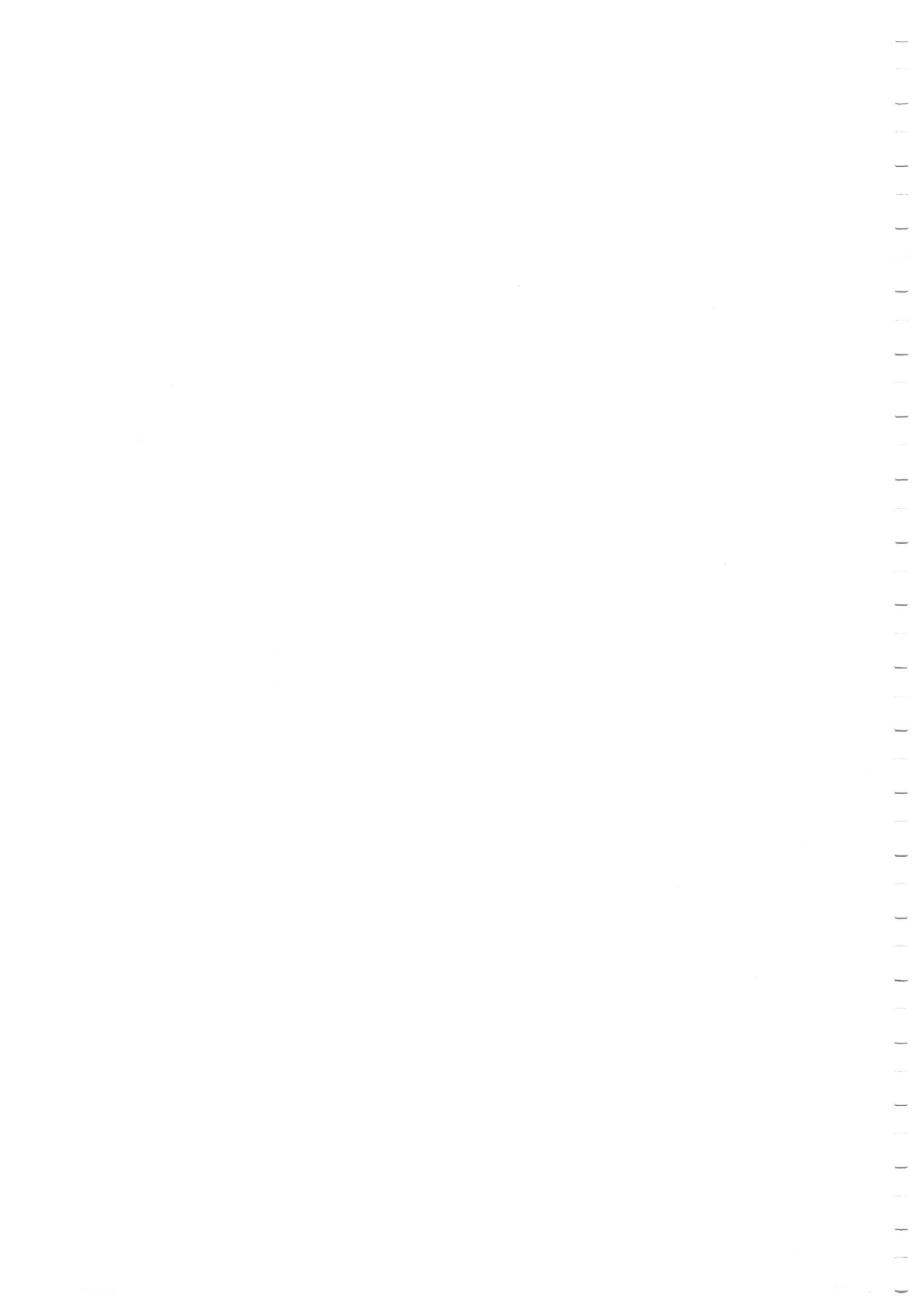
สารบัญภาพ

| ภาพ | | หน้า |
|-----------|---|------|
| ภาพ 1 | เปรียบเทียบจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตาม ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด | 6 |
| ภาพ 2 | ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต | 7 |
| ภาพ 3 | ฐานข้อมูลตรวจสอบการอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ | 29 |
| ภาพ 4 | ฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ | 30 |
| ภาพ 5 | การตรวจสอบการออกอากาศรายการหรือการโฆษณาภายใต้ความร่วมมือ กสทช. ส่วนกลาง/ส่วนภูมิภาค-อย./สสจ. | 30 |
| ภาพ 6 | ภาพประกอบข่าวหลายเครือข่าย “ไซโตล็อก” อ้างตัวเป็นหมอ ขายยาทำแท้งเถื่อนออนไลน์ | 31 |
| ภาพ 7 | โครงการจ้างเหมาบริการตรวจสอบและเฝ้าติดตามการเผยแพร่ข้อมูล โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์มาร์เก็ตเพลส | 32 |
| ภาพ 8 | การโฆษณา Melodia | 39 |
| ภาพ 9 | ผลการสืบค้นข้อมูลยา Melodia | 39 |
| ภาพ 10 | การโฆษณา Cytotec | 40 |
| ภาพ 11 | ผลการสืบค้นข้อมูลยา Cytotec | 40 |
| ภาพ 12-13 | การโฆษณา Mucilin | 40 |
| ภาพ 14 | ผลการสืบค้นข้อมูลยา Mucilin | 40 |
| ภาพ 15-16 | การโฆษณา KLEAN & KARE | 41 |
| ภาพ 17 | ผลการสืบค้นข้อมูลยา KLEAN & KARE | 41 |
| ภาพ 18-19 | การโฆษณา PRO ENHANCER | 42 |
| ภาพ 20 | ผลการสืบค้นข้อมูล PRO ENHANCER | 42 |
| ภาพ 21-22 | การโฆษณา Marimer Hypertonic spray | 43 |



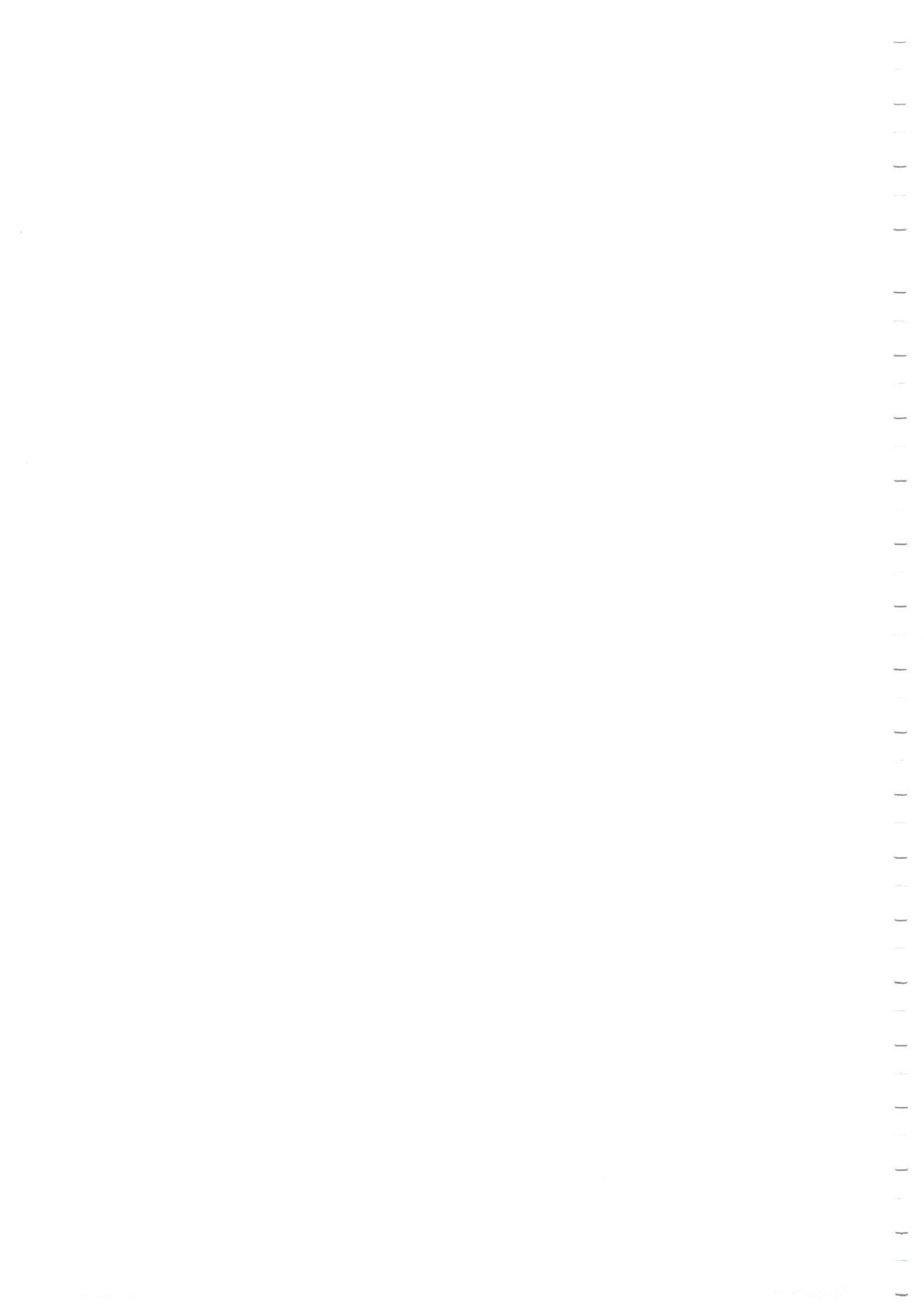
สารบัญภาพ(ต่อ)

| ภาพ | | หน้า |
|-----------|--|------|
| ภาพ 23 | ผลการสืบค้นข้อมูล Marimer Hypertonic spray | 43 |
| ภาพ 24 | การโฆษณา YIGANERJING | 43 |
| ภาพ 25 | ผลการสืบค้นข้อมูล YIGANERJING | 43 |
| ภาพ 26-27 | การโฆษณา Nuobisong cream | 44 |
| ภาพ 28-29 | ผลการสืบค้นข้อมูล Nuobisong Cream | 44 |
| ภาพ 30 | การโฆษณา ยาสาร่า | 47 |
| ภาพ 31-32 | การโฆษณา ยาสีร็อคคา | 48 |
| ภาพ 33-34 | การโฆษณา ยาแคลเทรตซิลเวอร์, แคลเทรตพลัส และแคลเทรต600 | 49 |
| ภาพ 35 | การโฆษณา ทีวีวาทูน่าชาวไทยนคร | 50 |
| ภาพ 36 | การโฆษณา ยา Perskindol Classic Gel | 51 |
| ภาพ 37-38 | การโฆษณา ทีวีวาทูน่าแก้ไอสำหรับเด็ก เลือกร้อยไรดี | 52 |
| ภาพ 39 | การโฆษณา ยาแอมโบรแลกซ์ | 52 |
| ภาพ 40 | การโฆษณา ยามิวโคนอร์ไซรับ | 52 |
| ภาพ 41 | การโฆษณา ยาดูทรอส | 52 |
| ภาพ 42 | การโฆษณา ยาเฟลมเม็กซ์คิตส์ | 52 |
| ภาพ 43 | การโฆษณา ยาโซลแมค คิตส์ | 52 |
| ภาพ 44 | สรุปการทีวีวาทูน่าแก้ไอสำหรับเด็ก 5 ตำรับ | 52 |
| ภาพ 45-46 | การทีวีวาทูน่าแก้ไอตัวไหน? ช่วยบรรเทาอาการไอและปลอดภัย สำหรับ ลูกน้อย | 52 |
| ภาพ 47 | การโฆษณา ยาแก้ไอสำหรับเด็ก ตรีไมสเตอร์เฮิร์บ และยาฟลูอิฟอร์ท | 54 |
| ภาพ 48 | การโฆษณา ยาเฟลมเม็กซ์และยาแอมโบรแลกซ์ | 54 |
| ภาพ 49 | การโฆษณา ยาไรนาโรอล และยามูโคลิต | 54 |



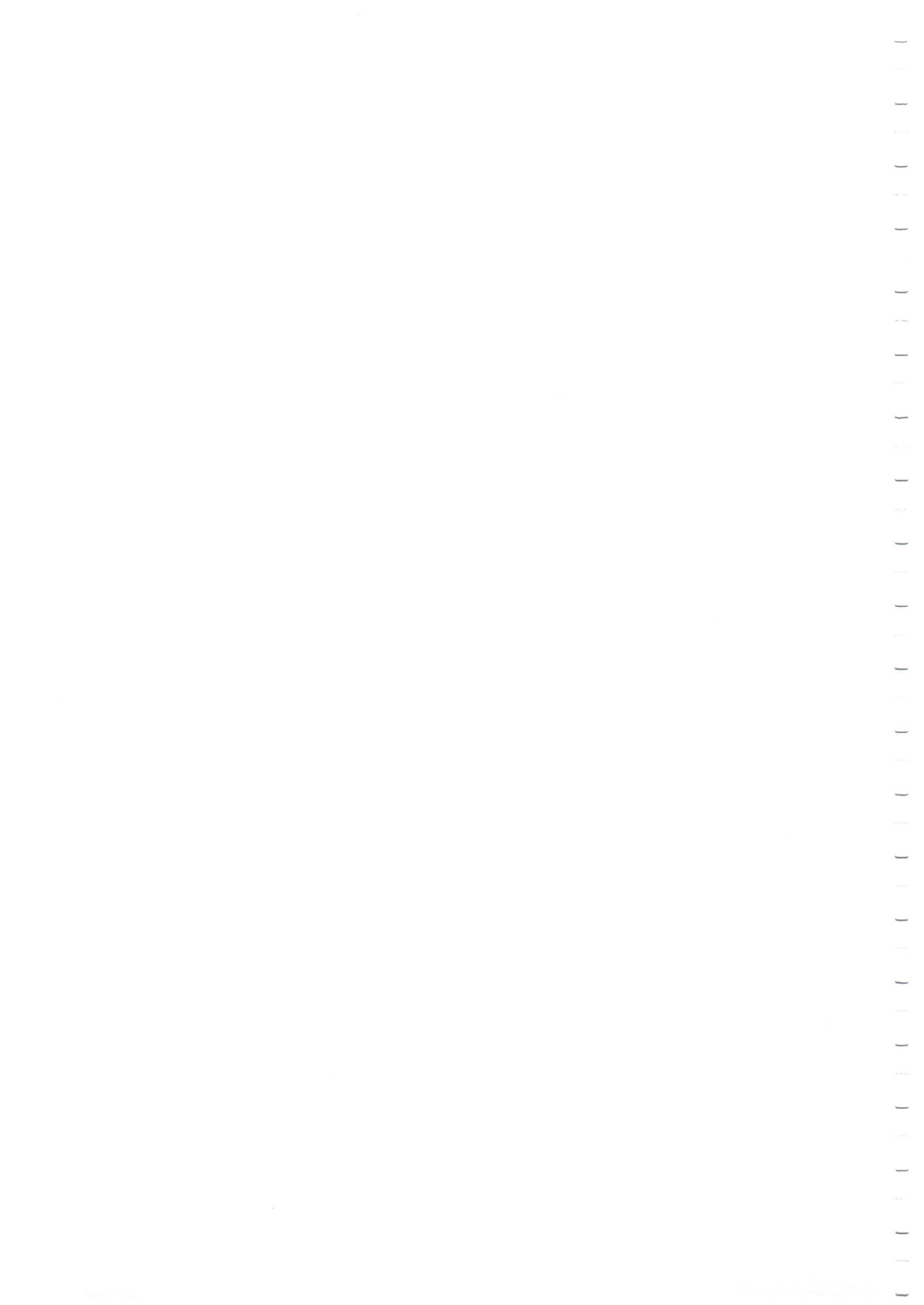
สารบัญภาพ(ต่อ)

| ภาพ | | หน้า |
|-----------|--|------|
| ภาพ 50 | การโฆษณาบน้ำแก้อไข้อีสำหรับเด็กตรามิสเตอร์เฮิร์บ | 54 |
| ภาพ 51-52 | การโฆษณายาทีฟพีเคย์ | 56 |
| ภาพ 53-54 | การโฆษณา ยา Ponstan 500 | 57 |
| ภาพ 55-56 | การโฆษณา ยา Zithromax | 58 |
| ภาพ 57-58 | การโฆษณา ยา STUD 100 | 59 |
| ภาพ 59-60 | การโฆษณา ยาบาชิน มินต์ | 60 |
| ภาพ 61-62 | การโฆษณา ยาบาชิน มินต์ | 60 |
| ภาพ 63-64 | การโฆษณา ยา Benzac AC 5% | 61 |
| ภาพ 65 | การโฆษณา ยางพิเศษตรา ร่มชูชีพ | 62 |
| ภาพ 66-67 | การโฆษณา ยาไบทริลชนิดเม็ด สำหรับสุนัข แมว | 63 |
| ภาพ 68-69 | การโฆษณา แก้อิน้ำดำตรา เสือดาว | 64 |
| ภาพ 70-71 | การโฆษณา แอร์ เอ็กซ์ รสมะนาว | 65 |
| ภาพ 72-73 | การโฆษณา ทีฟพี รับ | 66 |
| ภาพ 74-75 | การโฆษณา ยา Cytotec | 67 |
| ภาพ 76-77 | การโฆษณา ยา Cytolog | 67 |
| ภาพ 78-79 | การโฆษณา ยา Cytotec, Cytolog, RU 486 | 67 |
| ภาพ 80-81 | การโฆษณา ยา Botulax | 69 |
| ภาพ 82-83 | การโฆษณา ยา Sidegra | 70 |
| ภาพ 84-85 | การโฆษณา ยา Acnotin | 71 |
| ภาพ 86-87 | การโฆษณา ยา Procomil Spray | 72 |
| ภาพ 88-89 | การโฆษณา ยา Gold Vigra | 73 |
| ภาพ 90-91 | การโฆษณา ยารักษาหนองใน | 74 |



สารบัญภาพ(ต่อ)

| ภาพ | | หน้า |
|-----------|--------------------------------|------|
| ภาพ 92-93 | การโฆษณา ยา EVE Quick | 75 |
| ภาพ 94-95 | การรื้อวิธีการรักษาด้วยยา PREP | 76 |



สารบัญแผนภูมิ

| แผนภูมิ | | หน้า |
|-----------|--|------|
| แผนภูมิ 1 | ผลการตรวจสอบการโฆษณาประเภทต่างๆ ทางสื่อออนไลน์ ระหว่างวันที่ 15-22 พ.ย. 2562 | 45 |
| แผนภูมิ 2 | ผลการตรวจสอบโฆษณาขายยาโดยจำแนกกลุ่มยาที่ตรวจพบการโฆษณา ออนไลน์ ทั้งหมดเปรียบเทียบกับการโฆษณาที่พบว่าผิดกฎหมาย | 78 |
| แผนภูมิ 3 | จำแนกประเภทผู้โฆษณาที่ตรวจพบการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิด กฎหมาย | 79 |



บทที่ 1

บทนำ

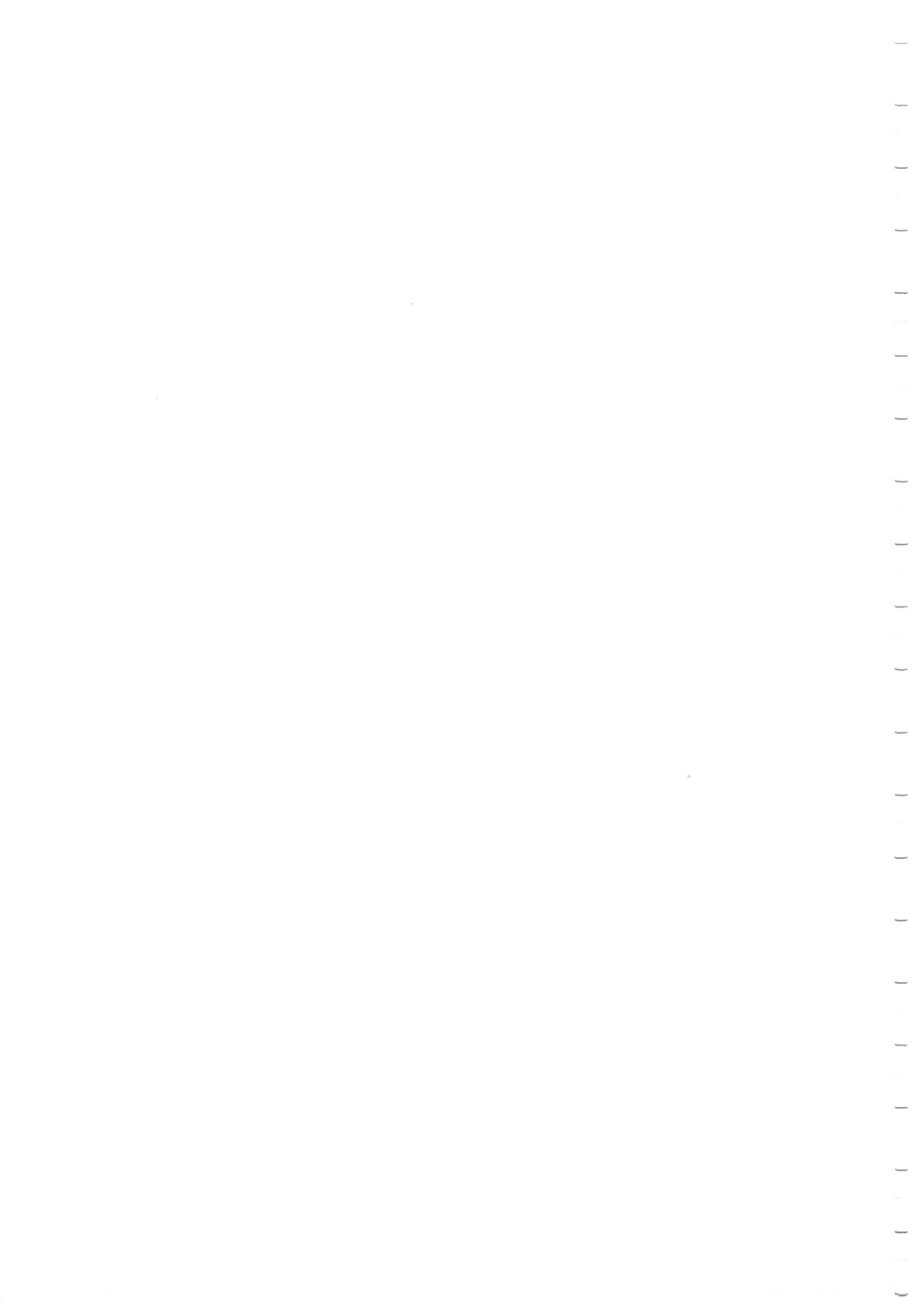
การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคจากการบริโภคยาที่หลงเชื่อโฆษณาหลอกลวง อันเป็นผลกระทบจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นหนึ่งในปัญหาสำคัญที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพยายามจัดให้หมดไป เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ปลอดภัยจากการบริโภคยาที่หลงเชื่อโฆษณาหลอกลวง ผู้วิจัยจึงศึกษาในประเด็น “การโฆษณาขายยาที่ผิดกฎหมายและมาตรการดำเนินการ” โดยประสบการณ์การทำงานการกำกับดูแลการโฆษณาขายอันยาวนานเพื่อศึกษาสถานการณ์และเสนอมาตรการเพิ่มเติมในการจัดการปัญหาการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย ซึ่งใน “บทนำ” นี้จะกล่าวถึง

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
2. วัตถุประสงค์
3. ขอบเขตการศึกษาวิจัย
4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ยา”เป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ใช้เพื่อการบำบัด บรรเทา รักษาโรคหรืออาการเจ็บป่วยของมนุษย์หรือสัตว์ ควบคุมกำกับดูแลโดย อย.ซึ่งเป็นหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมีการควบคุมครอบคลุมทั้งการผลิต การนำเข้าหรือสั่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร การขาย รวมถึงการโฆษณาขายยาให้เป็นไปตามกฎหมาย ยาทุกตำรับต้องได้รับอนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับยาก่อนจึงจะขายในประเทศได้ และจะต้องขายในสถานที่ที่ได้รับใบอนุญาตขายเท่านั้น เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ยาได้อย่างถูกต้อง ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพในการบำบัด บรรเทาโรคหรืออาการของโรค ควรซื้อยาที่ได้รับการขึ้นทะเบียนตำรับยาจาก อย. ซื้อยาจากร้านขายยาที่ได้รับใบอนุญาตเพื่อให้ได้รับยาที่ผลิตจากแหล่งที่เชื่อถือได้ และได้รับคำแนะนำการใช้ยาจากเภสัชกร จะได้ใช้ยาอย่างถูกต้องปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ

ด้วยอิทธิพลจากการโฆษณาขายยาที่โอ้อวด หลอกลวงให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ สั่งซื้อมาใช้เอง ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ได้รับยาที่ไม่มีคุณภาพ หรือไม่มีประสิทธิภาพ ข้อมูลการใช้ยาที่ไม่ถูกต้อง หรือใช้ยาในทางที่ผิด ซึ่งส่งผลถึงความปลอดภัยด้านสุขภาพอนามัย รวมทั้งสิ้นเปลืองทรัพยากรโดยไม่จำเป็น

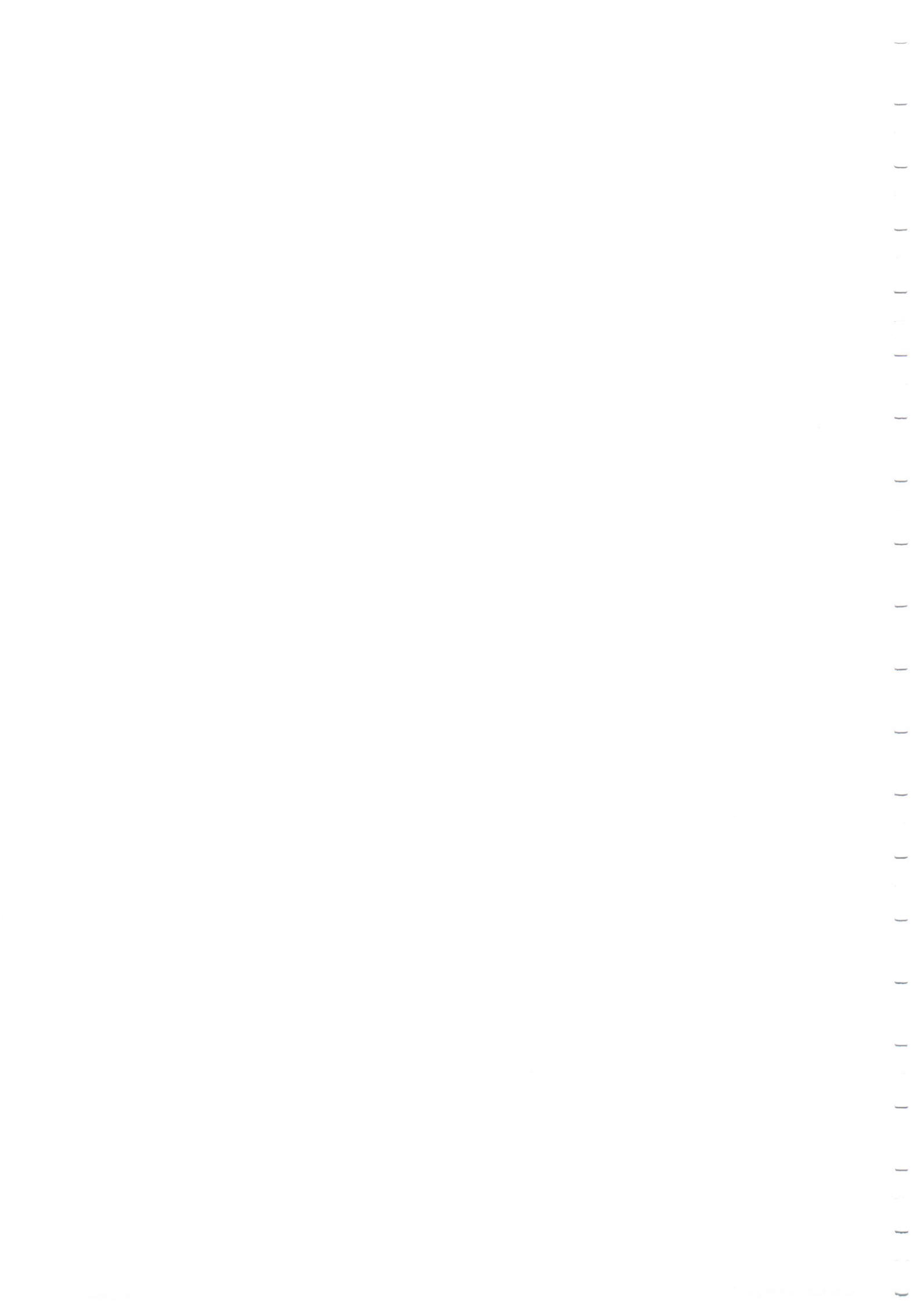


และขาดโอกาสในการรับการรักษาที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ อย.จึงแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510¹ โดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522² เพิ่มเติมมาตรา 88 ทวิ ความเป็นว่า “การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ หรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์จะต้องได้รับอนุมัติข้อความ ภาพ เสียงที่ใช้ในการโฆษณาจากเลขานุการคณะกรรมการอาหารและยาก่อน ซึ่งเมื่อได้รับอนุญาตโฆษณาแล้วจึงจะดำเนินการโฆษณาได้ และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด”

สำหรับการโฆษณาขายยาทางสื่ออินเทอร์เน็ต” เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “การโฆษณาขายยาทางสื่อออนไลน์” เป็นช่องทางใหม่ในการประกอบธุรกิจที่เกิดจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การโฆษณาแบบออนไลน์ มีการแสดงข้อความโดยการฉายภาพ ภาพ และ/หรือเสียงในการโฆษณา ซึ่งเป็นการสื่อสารข้อมูลข่าวสารแบบสองทาง (2-way communication) สามารถดำเนินการทั้งการโฆษณาให้ผู้อื่นได้รู้จักผลิตภัณฑ์ยาและการติดต่อซื้อขายผลิตภัณฑ์ยา สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้หลากหลาย และส่งต่อข้อความได้อย่างรวดเร็วผ่านอุปกรณ์ต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต มีทั้งที่ผู้ประกอบการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทเอง เว็บไซต์ที่เป็นการตลาดออนไลน์หรือ e-marketplace ร้านค้าออนไลน์ หรือในสื่อสังคมออนไลน์หรือ social media นับแต่มีการโฆษณาขายยาทางอินเทอร์เน็ตเป็นต้นมา อย. โดยกองยาได้ดำเนินการเฝ้าระวังและตรวจสอบการโฆษณาขายยา พบการโฆษณาขายยาดำเนินการที่ผิดกฎหมายและอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

ประเทศไทยได้เริ่มมีการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตระหว่างภาครัฐในปี พ.ศ. 2530 ต่อมาในปี พ.ศ. 2537 รัฐได้ร่วมกับภาคเอกชนเริ่มเปิดให้บริการการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตแก่บุคคลทั่วไป ซึ่งเกิดช่องทางใหม่ในการประกอบธุรกิจ ในทางกลับกันได้ก่อให้เกิดปัญหาการโฆษณาหลอกลวงต่างๆ รวมถึงการโฆษณาขายยาที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยอันอาจถึงแก่ชีวิต และเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคให้เสียทรัพย์สินโดยไม่จำเป็นด้วยเช่นกัน

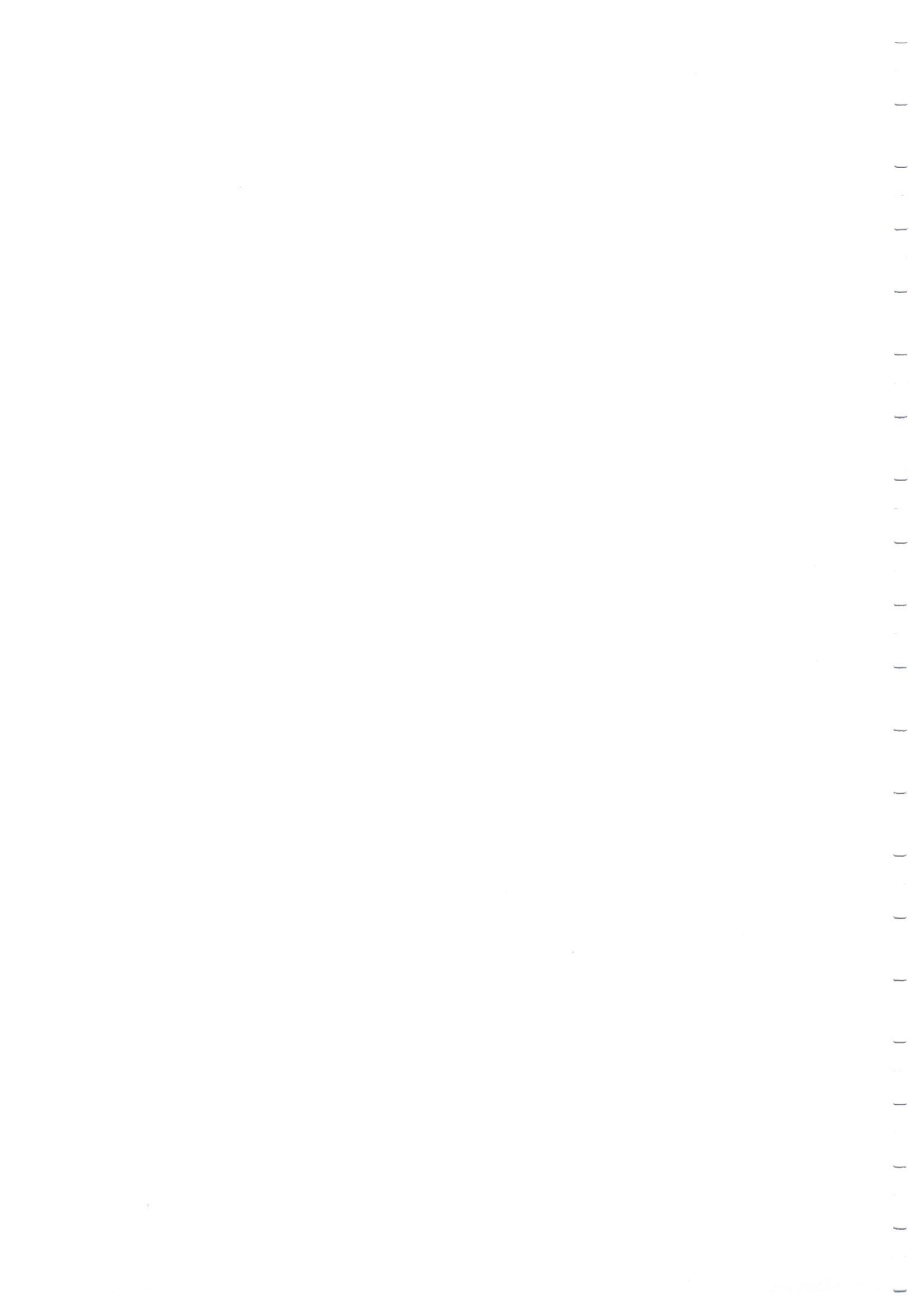
โดยที่การโฆษณาขายยาทางอินเทอร์เน็ตเป็นการโฆษณาที่มีการฉายภาพ แสดงข้อความ เสียง หรือภาพในการโฆษณา เข้าลักษณะข้อกำหนดตามมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 ดังนั้นเพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค อย. ได้มีหนังสือแจ้งเตือนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือผู้โฆษณา ตามหนังสือที่ สธ 0804/2/12661 ลงวันที่ 14 พฤศจิกายน 2543 เรื่อง การโฆษณาขายยาทางสื่ออินเทอร์เน็ต สารระสำคัญคือ ในการประกอบธุรกิจด้านยาโดยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกิดการโฆษณาขายยาโดยใช้สื่อ



อินเทอร์เน็ตนั้น การขายยาจะต้องได้รับใบอนุญาต ห้ามขายยานอกสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต และการโฆษณาขายยาจะต้องได้รับอนุญาตโฆษณาจากผู้อนุญาตก่อน

อย.ตระหนักถึงปัญหาการโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นที่ทำให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบและได้รับความเสียหายเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากข่าวเพื่อสื่อมวลชนของกองพัฒนาศึกษาภาพผู้บริโภค เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2551 รายงานว่า “ปี 51 อย. พบการโฆษณาขายยาทางอินเทอร์เน็ตในลักษณะผิดกฎหมาย จำนวน 108 เว็บไซต์ 99 เว็บบอร์ด เตือนผู้บริโภค อย่าสั่งซื้อยาทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ยา อวดอ้างสรรพคุณทางเพศ อาจเสียเงินจำนวนมาก แถมได้รับยาปลอม ยาเสื่อมคุณภาพ เป็นอันตรายต่อชีวิต ย้ำ อย. ตรวจสอบเข้มมิให้จำหน่ายยาผิดกฎหมายมาตลอด”

ในการจัดการปัญหาการโฆษณาขายยาทางอินเทอร์เน็ตมีข้อจำกัดเกี่ยวกับกฎหมายโดยพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 กำหนดให้การโฆษณาขายยาต้องขออนุญาตโฆษณาก่อน ห้ามโฆษณาขายยาบางกลุ่มต่อประชาชนทั่วไป เช่น ยาทำแท้งหรือยาขับระดูอย่างแรง ยาบำรุงกาม และยาคุมกำเนิด ห้ามโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ เป็นต้น และเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยามีอำนาจในการสั่งระงับการโฆษณาขายยาฝ่าฝืนกฎหมาย ซึ่งมีโทษปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่วนพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 กำหนดว่า ห้ามเผยแพร่การกระทำอันที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน การระงับการเผยแพร่เว็บไซต์ที่ผิดกฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์จะต้องอาศัยคำสั่งศาลในการแจ้งปิดเว็บไซต์ ซึ่งมีกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยสำนักกำกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหน่วยงานกำกับดูแล เป็นผู้ยื่นคำร้องต่อศาล (ชื่อหน่วยงานในขณะนั้น และก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2545 ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อหน่วยงานเป็น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2559) การแก้ไขปัญหาการโฆษณาขายยาทางอินเทอร์เน็ตจึงต้องอาศัยกฎหมายสองฉบับโดยการประสานงานระหว่างสองหน่วยงาน คือ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นผู้ยื่นคำร้องต่อศาล อย.เป็นพยาน ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2551 โดยศาลได้พิพากษาและออกคำสั่งปิดเว็บเพจที่มีข้อความโฆษณาผิดกฎหมายในเว็บไซต์โฆษณาขายยาทำแท้ง เนื่องจากเป็นการกระทำที่มีลักษณะขัดต่อศีลธรรมอันดี และก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน ส่งผลให้การกำกับดูแลการโฆษณาขายยาทางสื่ออินเทอร์เน็ตมีความคืบหน้าไปกว่าเดิมอีกระดับหนึ่ง



ในการโฆษณาออนไลน์ทางเว็บไซต์ e-marketplace ,หรือเว็บไซต์ social media ผู้ประสงค์จะขายสินค้าออนไลน์สามารถดำเนินการโฆษณาเพียงสมัครเป็นสมาชิกโดยกรอกข้อความ ชื่อ หมายเลขโทรศัพท์ และ e-mail address สมาชิกก็สามารถโพสต์ข้อความต่างๆ รวมถึงการโพสต์ข้อความขายสินค้าอันยากแก่การจับกุม ก่อให้เกิดปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทวีความรุนแรงขึ้น เห็นได้จากข่าวโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผู้บริโภคหลงเชื่อจนส่งผลกระทบต่อสุขภาพหรือชีวิต ส่งผลให้ อัย. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแผนงานสร้างกลไกและเฝ้าระวังระบบยา (กพย.) ร่วมกันนำเสนอยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

อย่างไรก็ตาม ยังคงพบปัญหาผู้บริโภคได้รับอันตรายจากการซื้อยาออนไลน์ เช่น ข่าวออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 : เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2561 “ตำรวจ-อัย.หลายเพจขายยา สอนใช้ยาสอดทำแท้งออนไลน์เหยื่อตกเลือดหวิดดับ” ข่าวการโฆษณาขายยาทำแท้งผ่านอินเทอร์เน็ต “ทำแท้งออนไลน์ ท้องไม่พร้อม” และข่าวผู้บริโภคซื้อยาลดความอ้วนจากการโฆษณาออนไลน์ “ยาลดอ้วน สวยสังหาร” จึงจำเป็นต้องหามาตรการเพิ่มเติมในการจัดการปัญหาโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย

2. วัตถุประสงค์

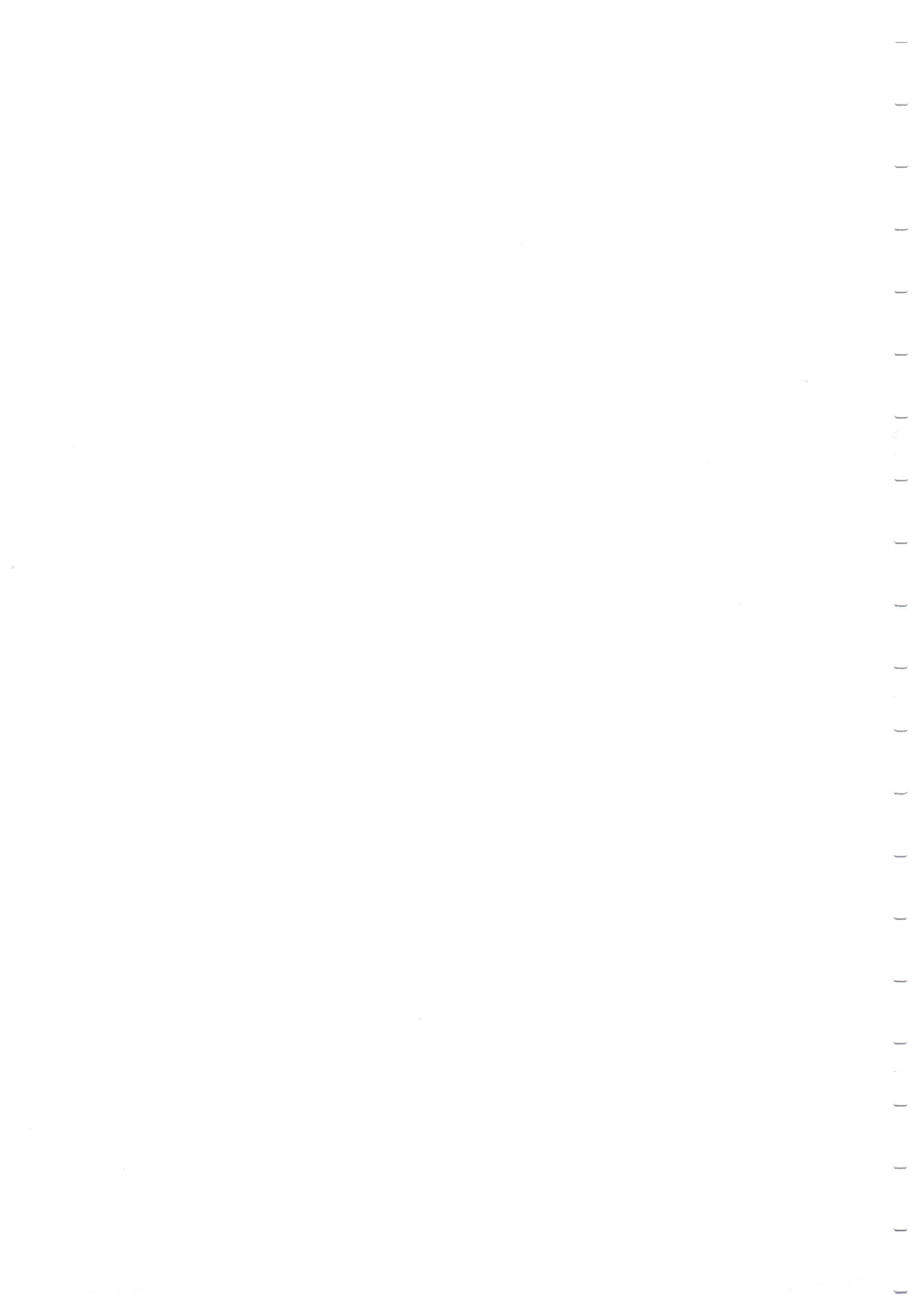
เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัญหาการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายและมาตรการดำเนินการจัดการปัญหา

3. ขอบเขตการวิจัย

เป็นการศึกษาเฉพาะการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย ไม่รวมถึงการขายยาออนไลน์ และ ไม่รวมถึงการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น (เช่น อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร)

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบสถานการณ์ปัญหาการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย
2. สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นข้อเสนอแนวทาง มาตรการเพิ่มเติมในการจัดการปัญหาโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย



บทที่ 2

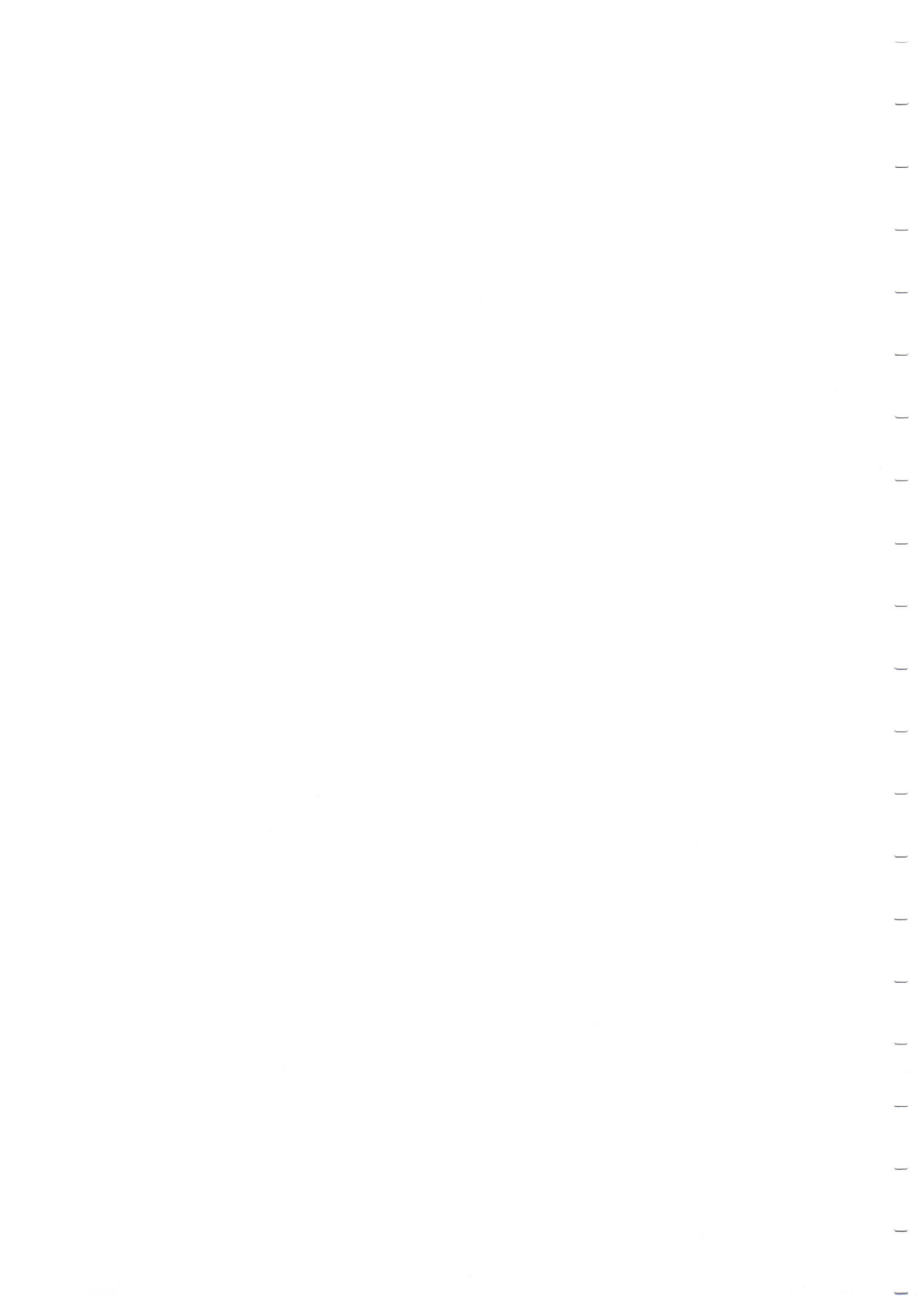
การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาขายยาออนไลน์และปัญหาที่เกิดขึ้น สรุปสาระสำคัญดังนี้

1. สถานการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย
2. การกำกับดูแลการโฆษณาของประเทศไทย
 - 2.1 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
 - 2.2 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามกฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์สุขภาพ
 - 2.3 การแบ่งประเภทของยาตามพระราชบัญญัติยา
 - 2.4 ขอบเขตการโฆษณาขายยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม
 - 2.5 การดำเนินการกำกับดูแลการโฆษณาขายยา
3. การจัดการปัญหาโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมในประเทศไทย
4. การจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพไม่เหมาะสมในต่างประเทศ

1. สถานการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย³

จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA พบว่าคนไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) เช่น Facebook, Twitter, Instagram ร้อยละ 93.6, ใช้ซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ ร้อยละ 51.3 และจากการสำรวจ 3 ปีติดต่อกัน สื่อ YouTube (ร้อยละ 98.8), Line (ร้อยละ 98.6), และ Facebook (ร้อยละ 96.0) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยใช้สูงสุด³ โดยที่ “โฆษณา” เป็นกลไกสำคัญหนึ่งของการตลาด เมื่อประเทศไทยได้ก้าวจากยุคคอนาล็อกเข้าสู่ยุคสังคมดิจิทัลอย่างรวดเร็วส่งผลให้ผู้ประกอบการหรือผู้ขายหันมาโฆษณาสินค้าของตนในสื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์มากขึ้น ทั้งที่เป็นเว็บไซต์ของตนเอง เว็บไซต์อื่น ๆ รวมถึง social media และ e-marketplace ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาที่สามารถสื่อสารได้สองทาง สามารถติดต่อพูดคุยกับลูกค้า รวมถึงสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ ซึ่งต่างจากสื่อดั้งเดิมหรือสื่อออฟไลน์ (เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น) ที่เฉพาะเจาะจงพื้นที่ และเป็นการสื่อสารทางเดียว



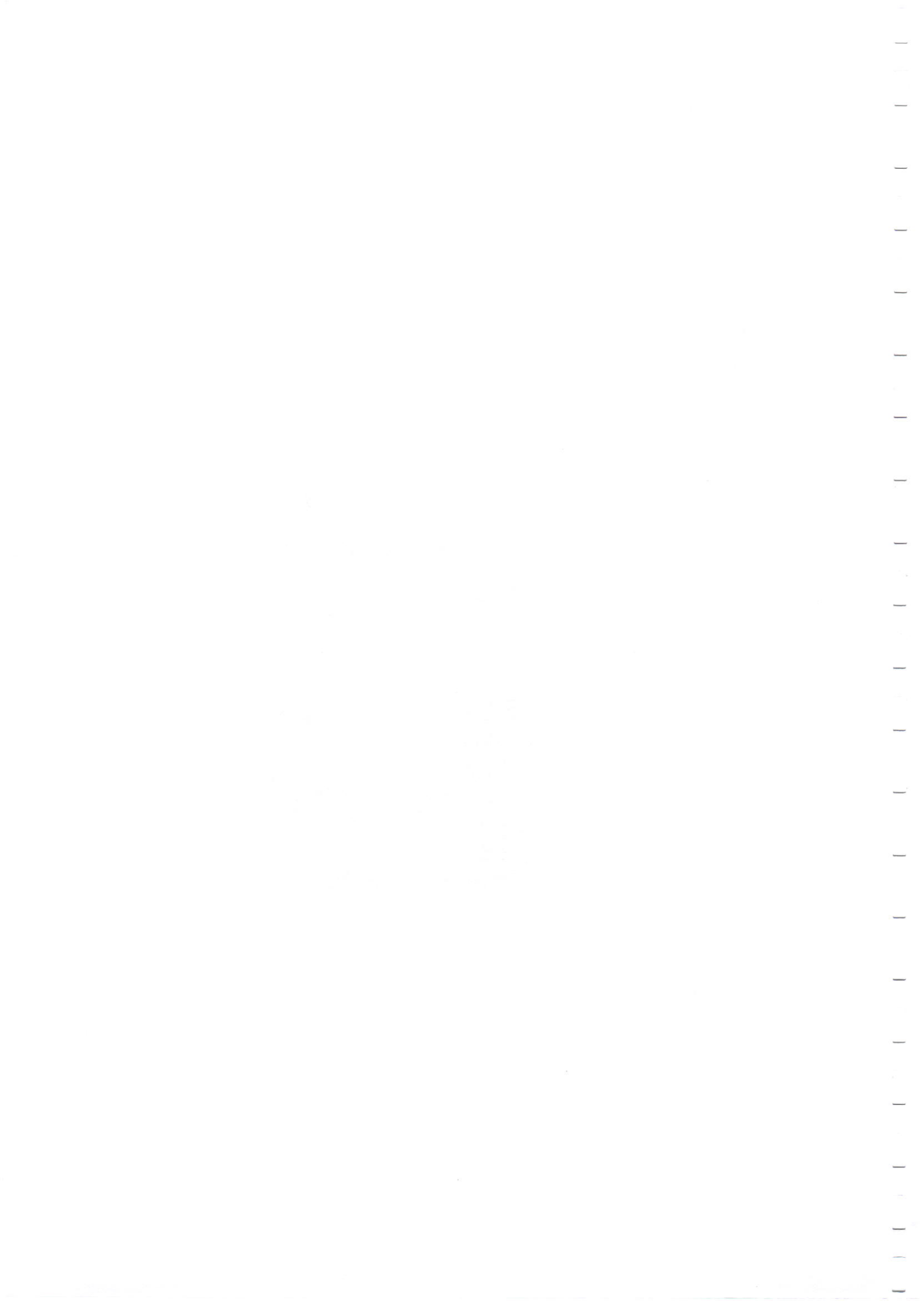
ในภาพ 1 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันจำแนกตามช่วง
วันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด ปี 2561 เพิ่มมากขึ้นกว่าปี 2560³ พบว่า มีการใช้สื่อสังคม
ออนไลน์สูงถึงร้อยละ 93.6 และภาพ 2 แสดงถึงร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบตามกิจกรรมการ
ใช้ผ่านอินเทอร์เน็ตในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา³ มีการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ร้อยละ 51.3 มีการขาย
สินค้าและบริการร้อยละ 24.5 แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารและการซื้อขายผ่านสื่อออนไลน์ เป็นที่
นิยมสูงขึ้น

ภาพ 1 เปรียบเทียบจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน
จำแนกตามช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด ปี 2560-2561

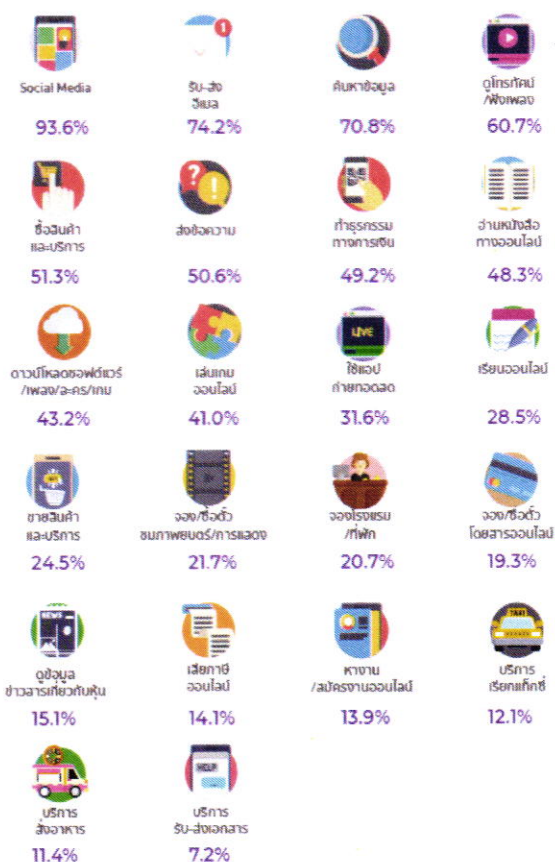


คำนวณจากแบบสำรวจข้อ 9, 10 ในรอบสี่ปีที่ผ่านมา ช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และ
ช่วงวันหยุด หานใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ โดยเฉลี่ยวันละเท่าไร (ไม่นับรวม การเปิด
อินเทอร์เน็ตทิ้งไว้โดยไม่มีการใช้งาน)

ที่มา: รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 หน้า 44³



ภาพ 2 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 13 ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ท่านทำกิจกรรมใดต่อไปนี้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ้าง (กรุณาตอบทุกกิจกรรมที่ทำ)

ที่มา: รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 หน้า 50³

สำหรับการขายสินค้าออนไลน์ การสมัครเพื่อเป็นผู้ขายบน e-marketplace สามารถดำเนินการได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว จากบทความออนไลน์ เรื่อง รวมสิ่งที่ควรรู้ก่อนเปิดร้านค้าบน Lazada และ Shopee อยากเป็นพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ต้องทำอะไร ของนิตยสารออนไลน์ MARKETING OPPS วันที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 กล่าวถึง การสมัครเป็นผู้ขายในแพลตฟอร์ม e-marketplace ซึ่งมี Lazada และ Shopee เป็นแพลตฟอร์มยอดนิยมของประเทศไทย สรุปดังนี้

การสมัครสมาชิกเพื่อเป็นผู้ขายบน LAZADA

ผู้ขายสามารถสมัครทางเว็บไซต์ LAZADA หรือ Application LAZADA เพื่อสร้างบัญชี ขั้นตอน



แแรกะบุประเทศ ภาษา ประเภทบัญชี บุคคล หรือนิติบุคคล ชื่อ หมายเลขโทรศัพท์ email รหัสผ่าน ชื่อร้านค้า ขั้นตอนที่สอง สามารถเพิ่มสินค้าที่คำสั่ง “ลงรายการสินค้าของท่าน” เพิ่ม Promotion Code ลงรายการสินค้า กรอกข้อมูลธนาคาร ข้อมูลผู้ขายที่เป็นเจ้าของสินค้า

การสมัครสมาชิกเพื่อเป็นผู้ขายบน Shopee

ผู้ขายสามารถลงทะเบียนผ่าน Application กรอก ชื่อ นามสกุล email หมายเลขโทรศัพท์ หรือลงทะเบียน เพื่อสร้างบัญชี กดเมนู “เริ่มขาย” คำสั่ง “เพิ่มสินค้า”

2. การกำกับดูแลการโฆษณาขายยาของประเทศไทย

ด้วยอุตสาหกรรมยา ในปี 2561-2563 มีการคาดการณ์ว่า มูลค่าการจำหน่ายยาในตลาดของประเทศไทย (สัดส่วน 95%ของยอดรวมการผลิต) จะเติบโตขึ้น 5-6% ซึ่งหนึ่งในปัจจัยหนุนคือ การเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้น⁴ การโฆษณาขายยาจึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการตลาดที่กระตุ้นให้มีการซื้อขายสินค้า

จากสภาพปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในปัจจุบัน มักพบการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องสำอาง หรือเครื่องมือแพทย์ โอ้อวดว่าทำให้เข้าใจว่าเป็นยา บำบัดรักษาโรคหรือความเจ็บป่วยได้ แต่ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทมีกฎหมายเฉพาะ การควบคุมกำกับดูแลขึ้นกับระดับความเสี่ยงของการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์ตามนิยามศัพท์ตามกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะผลิตภัณฑ์ยา อาหาร เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง นอกจากนี้พระราชบัญญัติยังไม่ได้กำหนดนิยามศัพท์ที่เกี่ยวกับการโฆษณาขายยา จึงนำนิยามศัพท์ตามกฎหมายฉบับอื่นที่เกี่ยวข้องมาใช้ด้วยโดยอนุโลม ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

เนื่องจากพระราชบัญญัติยามิได้ให้ความหมายคำว่า “ข้อความ” “โฆษณา” “สื่อโฆษณา” เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จึงนำนิยามศัพท์ดังกล่าวตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ใช้ในการอ้างอิง และเป็นที่มาของความหมาย “ข้อความ” “โฆษณา” “สื่อโฆษณา” ในพระราชบัญญัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นที่อยู่ในความดูแลของ ออย. ได้แก่

มาตรา 3

“ข้อความ” หมายความว่ารวมถึงการกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้



“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำการไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า

“สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ไปรษณีย์โทรเลข โทรศัพท์ หรือป้าย

2.2 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามกฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ผลิตภัณฑ์สุขภาพเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความดูแลของ ออย ได้แก่ ยา อาหาร เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง วัตถุอันตราย วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษ และสารระเหย รวมถึงผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์อยู่ภายใต้กฎหมายเฉพาะ ในที่นี้ได้นำเฉพาะนิยามศัพท์ที่ตามกฎหมายผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ได้แก่

2.2.1 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

2.2.2 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562

2.2.3 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

2.2.4 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562

2.2.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม

2.2.1 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

มาตรา 4 “อาหาร” หมายความว่า ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่

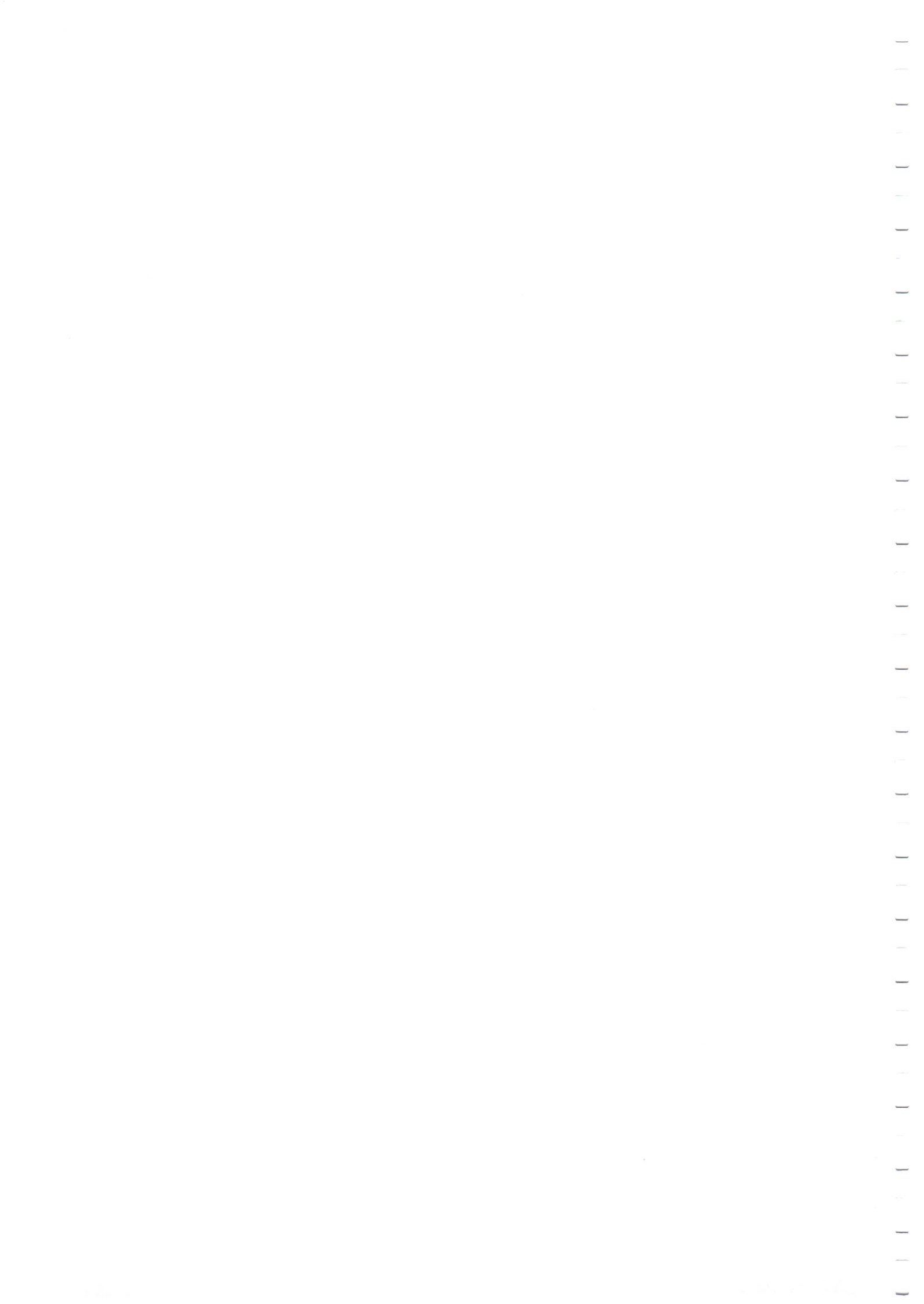
(1) วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ หรือในรูปลักษณะใดๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วแต่กรณี

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหารรวมถึงวัตถุเจือปนอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส

2.2.2 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562

มาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562

“เครื่องมือแพทย์” หมายความว่า



(1) เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องกล วัตถุที่ใช้ใส่เข้าไปในร่างกาย น้ำยาที่ใช้ตรวจในหรือ นอกห้องปฏิบัติการ ผลิตภัณฑ์ ซอฟต์แวร์ หรือวัตถุอื่นใด ที่ผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์มุ่งหมาย เฉพาะสำหรับใช้อย่างหนึ่งอย่างใดกับมนุษย์หรือสัตว์ดังต่อไปนี้ ไม่ว่าจะใช้โดยลำพัง ใช้ร่วมกัน หรือ ใช้ประกอบกับสิ่งอื่นใด

(ก) วินิจฉัย ป้องกัน ติดตาม บำบัด บรรเทา หรือรักษาโรค

(ข) วินิจฉัย ติดตาม บำบัด บรรเทา หรือรักษาการบาดเจ็บ

(ค) ตรวจสอบ ทดแทน แก้ไข ดัดแปลง พยุง ค้ำ หรือจุดนํ้าหนักกายวิภาคหรือกระบวนการทางสรีระของร่างกาย

(ง) ควบคุมหรือช่วยชีวิต

(จ) คุมกำเนิดหรือช่วยการเจริญพันธุ์

(ฉ) ช่วยเหลือหรือช่วยชดเชยความทุพพลภาพหรือพิการ

(ช) ให้ข้อมูลจากการตรวจสอบสิ่งส่งตรวจจากร่างกาย เพื่อวัตถุประสงค์ทางการแพทย์หรือการวินิจฉัย

(ซ) ทำลายหรือฆ่าเชื้อสำหรับเครื่องมือแพทย์

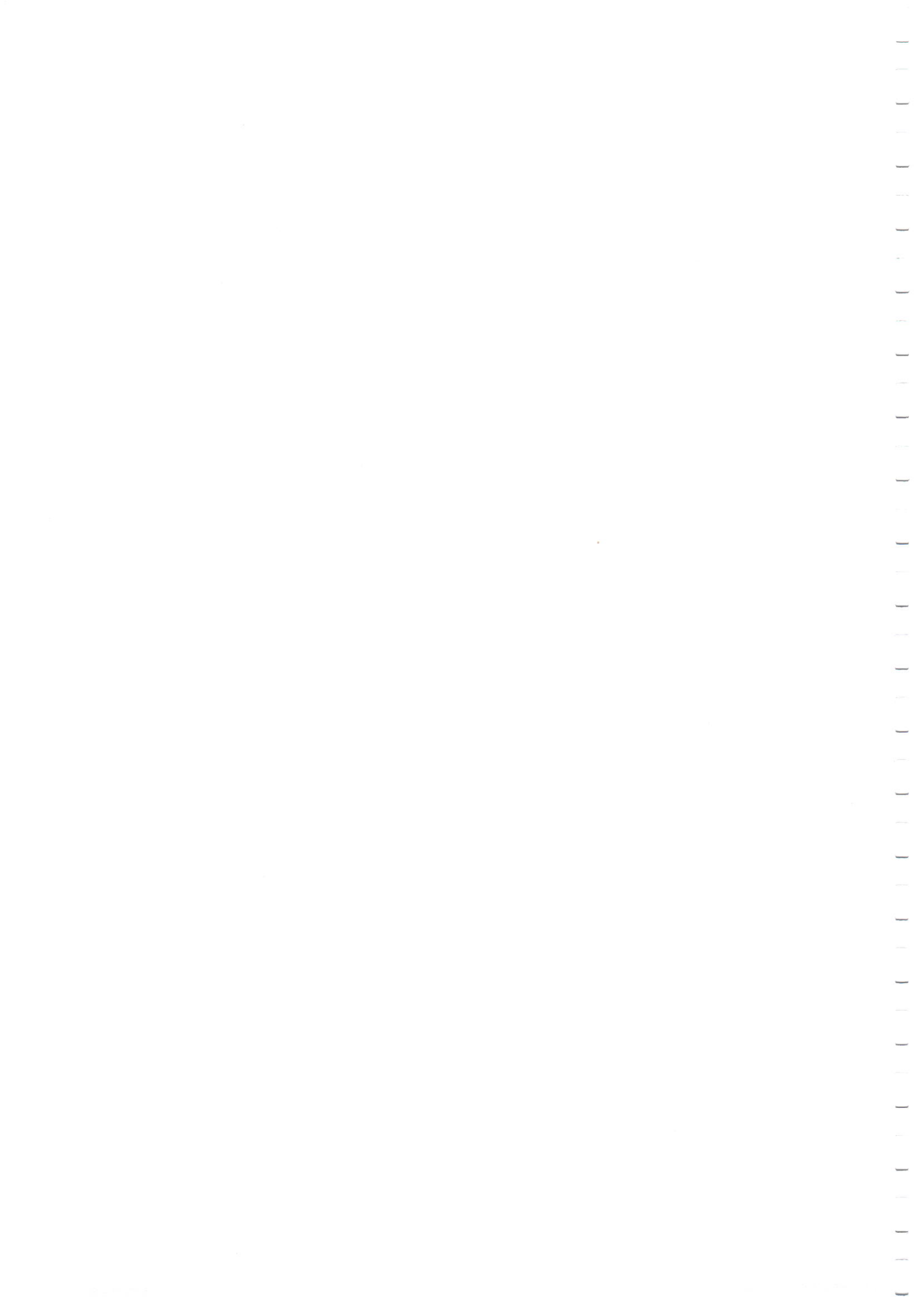
(2) อุปกรณ์เสริมสำหรับใช้ร่วมกับเครื่องมือแพทย์ตาม (1) (3) เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องกล ผลิตภัณฑ์ หรือวัตถุอื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดว่า เป็นเครื่องมือแพทย์ ผลสัมฤทธิ์ตามความมุ่งหมายของสิ่งที่กล่าวถึงตาม (1) ซึ่งเกิดขึ้นในร่างกายมนุษย์หรือสัตว์ ต้องไม่เกิดจากกระบวนการทางเภสัชวิทยา วิทยาภูมิคุ้มกัน หรือปฏิกิริยาเผาผลาญให้เกิดพลังงานเป็นหลัก

“อุปกรณ์เสริม” หมายความว่า สิ่งของ เครื่องใช้ หรือผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์มุ่งหมายเฉพาะให้ใช้ร่วมกับเครื่องมือแพทย์ เพื่อช่วยหรือทำให้เครื่องมือแพทย์นั้นสามารถใช้งานได้ ตามวัตถุประสงค์ที่มุ่งหมายของเครื่องมือแพทย์นั้น

“ข้อความ” ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 หมายความว่า รวมถึงการกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร รูป รอยประดิษฐ์ ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“โฆษณา” ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีการใด ๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยินหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า และให้หมายความรวมถึงการส่งเสริมการขายด้วย

“การส่งเสริมการขาย” ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 หมายความว่า การให้ข้อมูล การชักชวน หรือการกระทำโดยวิธีใดๆ เพื่อชักนำให้เกิดการขาย



2.2.3 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

มาตรา 4 “เครื่องสำอาง” หมายความว่า

(1) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใดกับส่วนภายนอกร่างกายมนุษย์ และให้หมายความรวมถึงการใช้กับฟันและเยื่อในช่องปาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือเปลี่ยนแปลงลักษณะที่ปรากฏหรือปกป้องดูแลส่วนต่าง ๆ นั้น ให้อยู่ในสภาพดี และรวมตลอดทั้งเครื่องประดับผิวต่างๆ สำหรับผิวหนังด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ

(3) วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

“ข้อความ” ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 หมายความว่า หมายความรวมถึง การกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใดที่ทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจความหมายได้

“โฆษณา” ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีการใด ๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ทางการค้า

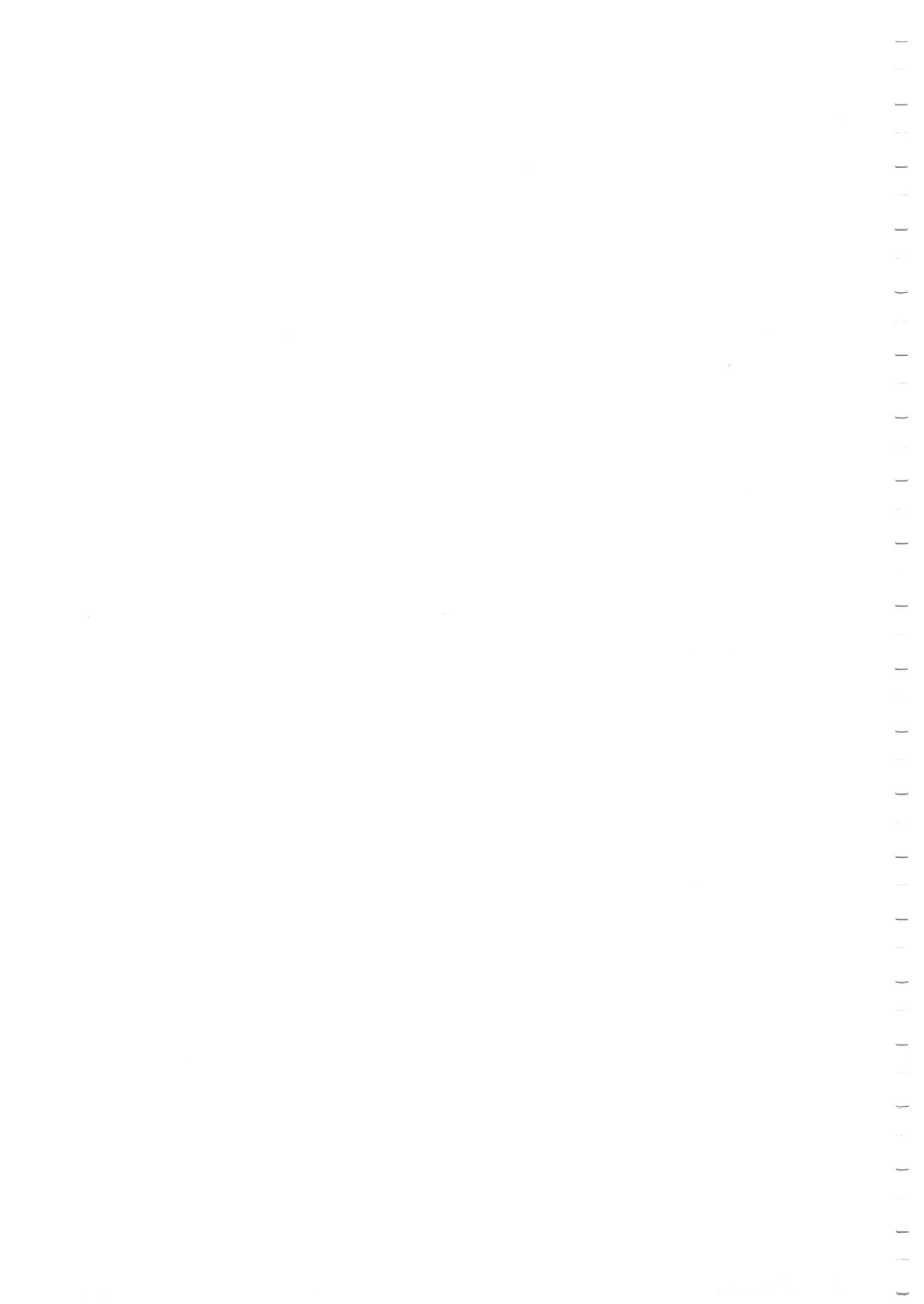
“สื่อโฆษณา” ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 หมายความว่า หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือป้าย

2.2.4 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562

มาตรา 4 “สมุนไพร” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ได้จากพืช สัตว์ จุลชีพ หรือแร่ ที่ใช้ ผสม ประจุ หรือแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพร

“ผลิตภัณฑ์สมุนไพร” หมายความว่า

(1) ยาจากสมุนไพร และให้หมายความรวมถึงยาแผนไทย ยาพัฒนาจากสมุนไพร ยาแผนโบราณที่ใช้กับมนุษย์ตามกฎหมายว่าด้วยยา หรือยาตามองค์ความรู้การแพทย์ทางเลือกตามที่รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการประกาศกำหนด เพื่อการบำบัด รักษา และบรรเทาความเจ็บป่วยของมนุษย์ หรือการป้องกันโรค



(2) ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบสำคัญที่เป็นหรือแปรสภาพจากสมุนไพร ซึ่งพร้อมที่จะนำไปใช้แก่มนุษย์เพื่อให้เกิดผลต่อสุขภาพหรือการทำงานของร่างกายให้ดีขึ้น เสริมสร้างโครงสร้างหรือการทำงานของร่างกาย หรือลดปัจจัยเสี่ยงของการเกิดโรค

(3) วัตถุประสงค์ที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(4) วัตถุประสงค์ตามที่รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการประกาศกำหนดให้เป็น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความตาม (1) (2) หรือ (3)

ไม่หมายความรวมถึง

(ก) วัตถุประสงค์ที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการเกษตร การอุตสาหกรรม หรือการอื่นตามที่รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการประกาศกำหนด

(ข) วัตถุประสงค์ที่เป็นยาแผนปัจจุบัน ยาแผนโบราณสำหรับสัตว์ อาหารสำหรับมนุษย์หรือสัตว์ เครื่องกีฬา เครื่องมือเครื่องใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุประสงค์ที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษ วัตถุอันตราย หรือวัตถุประสงค์อื่นตามที่รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการประกาศกำหนด

“ข้อความ” หมายความรวมถึงการกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร รูป รอยประดิษฐ์ ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมาย หรือการกระทำใดๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า และให้หมายความรวมถึงการส่งเสริมการขาย

“การส่งเสริมการขาย” หมายความว่า การให้ข้อมูล การชักนำ หรือการกระทำโดยวิธีใดๆ โดยมุ่งหมายให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพิ่มขึ้น และกระทำเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

2.2.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม

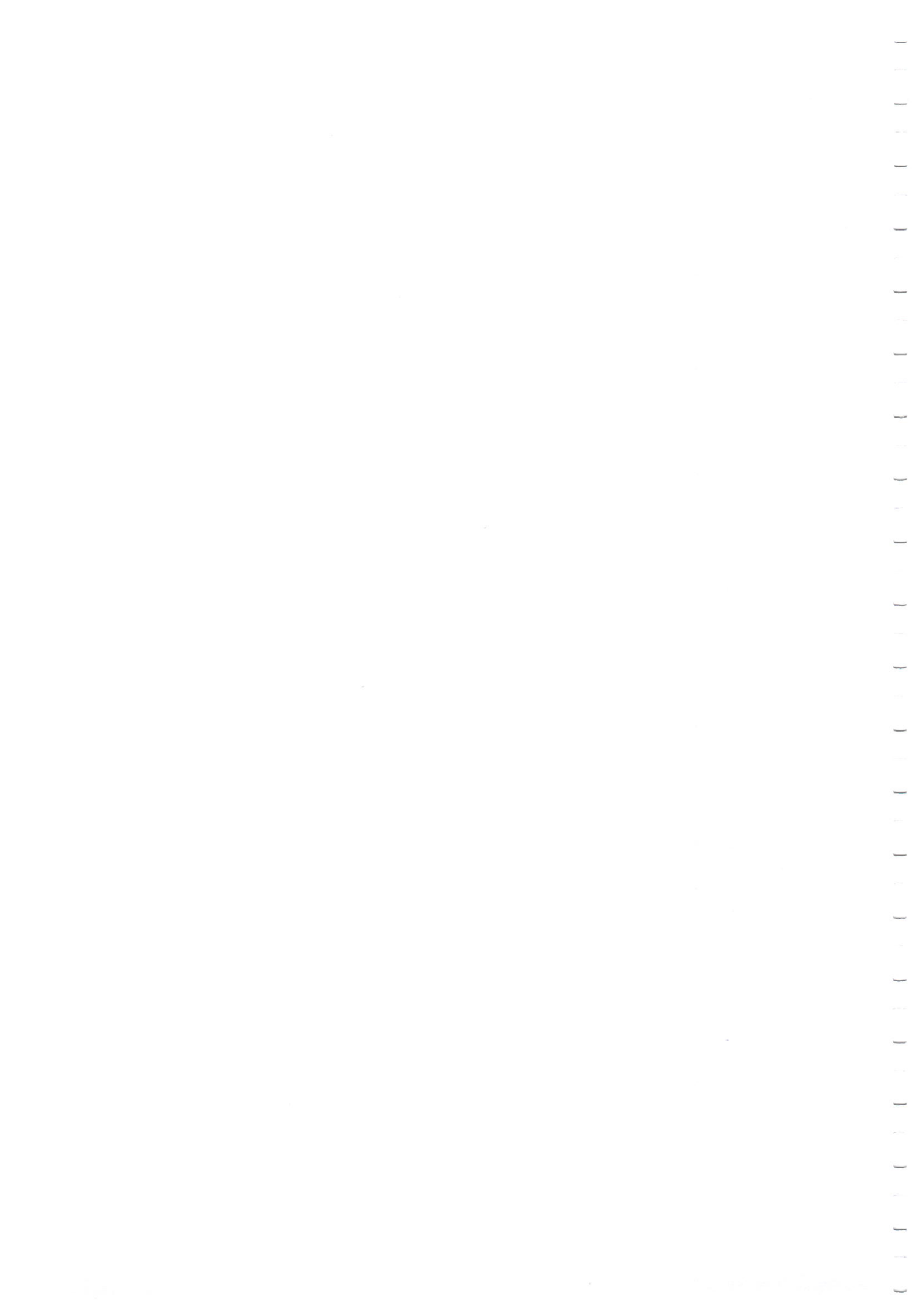
มาตรา 4 “ยา”² หมายความว่า

(1) วัตถุที่รับรองไว้ในตำรายาที่รัฐมนตรีประกาศ

(2) วัตถุประสงค์ที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยของมนุษย์หรือสัตว์

(3) วัตถุที่เป็นเภสัชเคมีภัณฑ์หรือเภสัชเคมีภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปหรือ

(4) วัตถุประสงค์ที่มุ่งหมายสำหรับให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้างหรือการกระทำหน้าที่ใดๆ ของร่างกายมนุษย์หรือสัตว์



วัตถุตาม (1) (2) หรือ (4) ไม่หมายความรวมถึง

(ก) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการเกษตร หรือการอุตสาหกรรมตามที่รัฐมนตรีประกาศ

(ข) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นอาหารสำหรับมนุษย์ เครื่องกีฬา เครื่องมือเครื่องใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง หรือเครื่องมือและส่วนประกอบของเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบโรคศิลปะ หรือวิชาชีพเวชกรรม

(ค) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในห้องวิทยาศาสตร์สำหรับการวิจัย การวิเคราะห์หรือการชันสูตรโรคซึ่งมิได้กระทำโดยตรงต่อร่างกายของมนุษย์

“ขาย”² หมายความว่า ขายปลีก ขายส่ง จำหน่าย จ่าย แจก แลกเปลี่ยนเพื่อประโยชน์ทางการค้า และให้หมายถึงการมิไว้เพื่อขายด้วย

2.3 การแบ่งประเภทของยาตามพระราชบัญญัติยา

การแบ่งประเภทยาตามพระราชบัญญัติยา ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะยาแผนปัจจุบันสำหรับมนุษย์ และยาแผนโบราณสำหรับสัตว์ เนื่องจากยาแผนโบราณสำหรับมนุษย์ปรับเปลี่ยนให้อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2562 ประเภทของยาตามพระราชบัญญัติยา แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ

2.3.1 ยาควบคุมพิเศษ

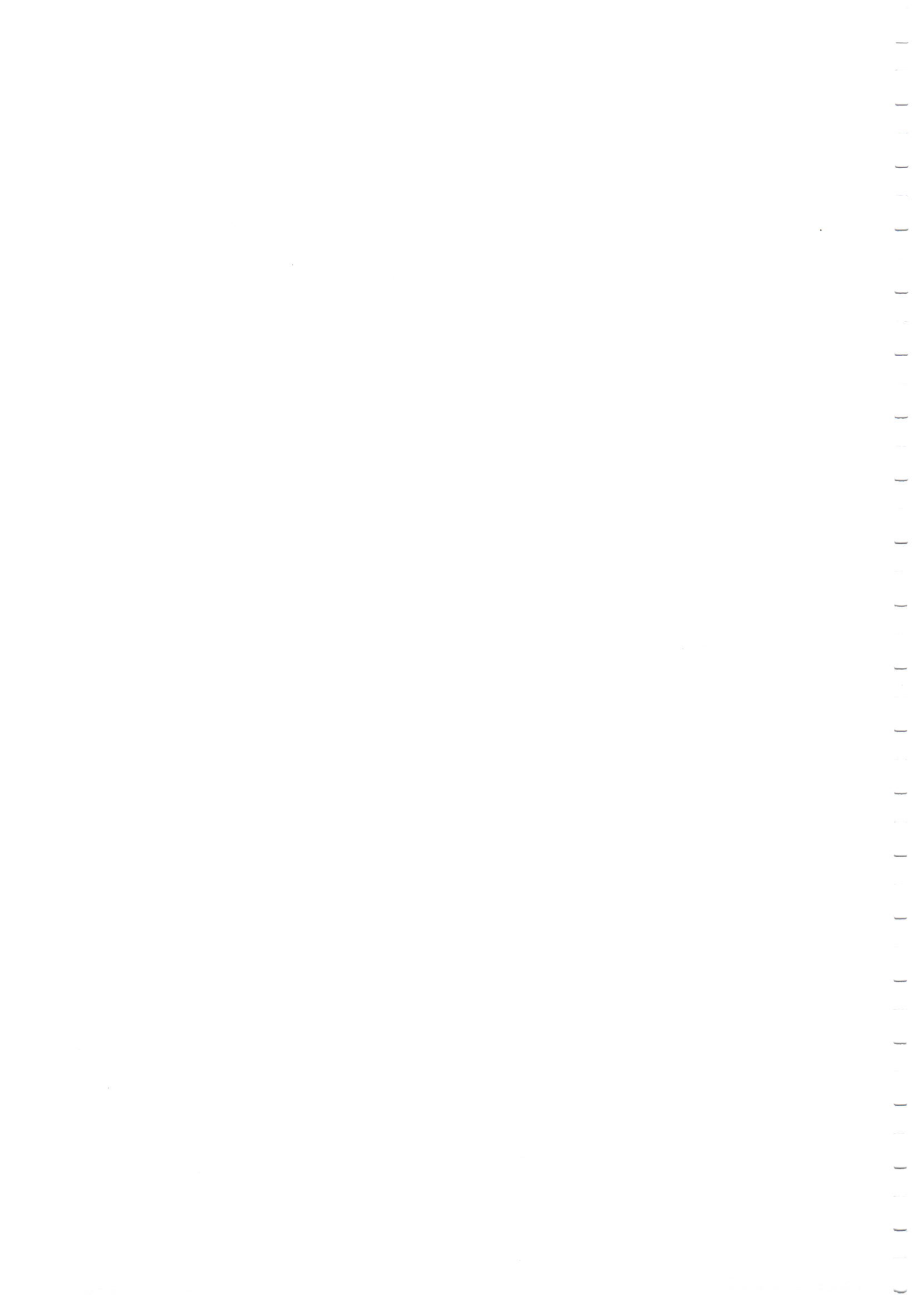
2.3.2 ยาอันตราย

2.3.3 ยาสามัญประจำบ้าน

2.3.4 ยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ

2.3.1 ยาควบคุมพิเศษ²⁵ เป็นยาที่รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขประกาศเป็นยาควบคุมพิเศษ โดยระบุรายการยาไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาควบคุมพิเศษ เนื่องจากเป็นยาที่อาจก่อให้เกิดอันตรายสูง เมื่อใช้ไม่ถูกต้อง ยาควบคุมพิเศษเป็นยาที่ต้องจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบันที่มีเภสัชกรชั้น 1 เป็นผู้ทำหน้าที่ปฏิบัติการ การจำหน่ายยาควบคุมพิเศษให้กับประชาชนทั่วไปต้องจำหน่ายยาตามใบสั่งยาจากแพทย์ บนฉลากยาตามที่ขึ้นทะเบียนที่ฉีกไว้ที่ภาชนะหีบห่อบรรจุยา มีตัวอักษรสีแดงเห็นได้ชัดว่า “ยาควบคุมพิเศษ”

ตัวอย่างยาที่ประกาศกระทรวงสาธารณสุขกำหนดเป็นยาควบคุมพิเศษ เช่น ยากลุ่มเรตินอยด์ (Retinoids) ยกเว้นที่ประกาศเป็นยาอันตราย (ลำดับ 44)⁶ ยากลุ่มที่ใช้รักษาอาการหย่อนสมรรถภาพทางเพศ (ลำดับ 54)⁷, ยาไมโสพรอสทอล (Misoprostol) (ลำดับ 56)⁸

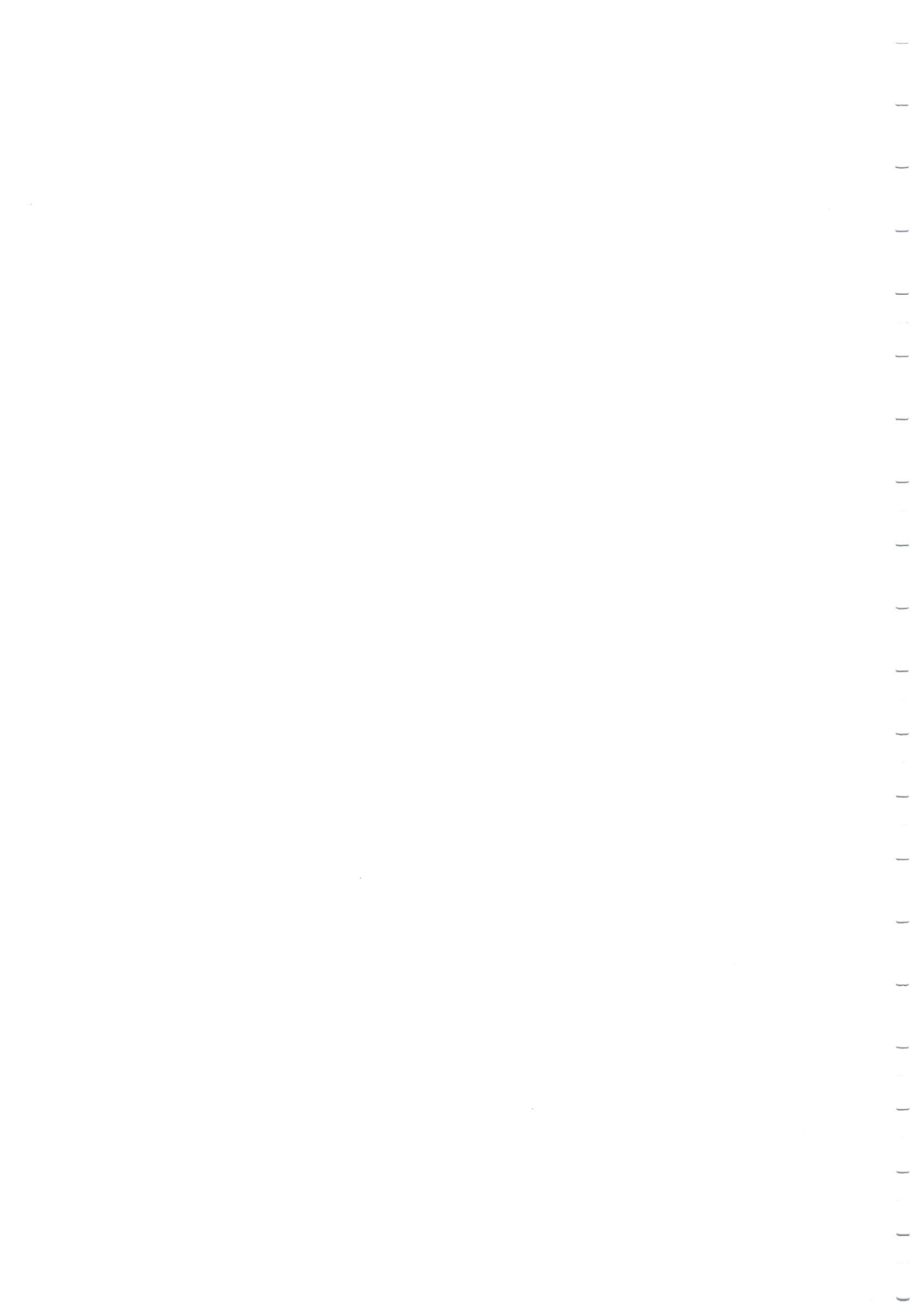


2.3.2 ยาอันตราย^{2,9} เป็นยาที่รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขประกาศเป็นยาอันตราย โดยรายการระบุไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาอันตราย เนื่องจากเป็นยาที่อาจก่อให้เกิดอันตรายได้ เมื่อใช้ไม่ถูกต้อง ยาอันตรายเป็นยาที่ต้องจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบันที่มีเภสัชกรชั้น 1 เป็นผู้จำหน่าย ปฏิบัติการ และบนฉลากยาที่ขึ้นทะเบียน กล่อง/หีบห่อบรรจุยา มีตัวอักษรสีแดงเห็นได้ชัดว่า “ยาอันตราย”

ยาที่ประกาศกระทรวงสาธารณสุขกำหนดเป็นยาอันตราย เช่น ยาจำพวกยาแก้ไอ (Antitussive drugs) ยกเว้นที่ใช้สำหรับขับเสมหะ (Expectorants) (ลำดับ 8)¹⁰, ยาจำพวกทำให้ชาเฉพาะที่ (Local Anaesthetics) ยกเว้นน้ำมันการพลูและยูจินอลที่ใช้ใส่ฟันสำหรับแก้ปวดฟัน(ลำดับ 25)⁹, ยาจำพวกลดอาการอักเสบที่ไม่ใช่ สเตียรอยด์ (Non-steroids anti-inflammatory drugs) (ลำดับ 31)⁹, ยาจำพวกซัลโฟนาไมด์ (Sulfonamides) ยกเว้น ที่ประกาศเป็นยาควบคุมพิเศษ (ลำดับ 37)¹¹, ยาจำพวกยาปฏิชีวนะ (Antibiotics) ยกเว้น ก. สำหรับใช้เฉพาะที่ (ลำดับ 38)¹², ยาที่รัฐมนตรีประกาศจากการยกเว้นเป็นยาเสพติดให้โทษตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2465 ยกเว้น ก. ทิงเจอร์ฝิ่นการบูร ที่เป็นยาสามัญประจำบ้าน หรือที่เป็นส่วนผสมในยาสามัญประจำบ้าน ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาสามัญประจำบ้าน (ลำดับ 67)⁹, ยาจำพวกกระตุ้นการเจริญเติบโตของเส้นผม (Hair Growth Stimulant) ซึ่งประกอบด้วยตัวยาคัญ ไมน็อกซิดิล (Minoxidil) (ลำดับ 69)¹³, ยาจำพวกที่มุ่งหมายสำหรับใช้บำบัด บรรเทา หรือรักษาสิว หรือฝ้า (ลำดับ 70)¹⁴, ยากลุ่มเรตินอยด์ (Retinoid) ที่ใช้ภายนอก (ลำดับ 73)¹⁵, ยากลุ่มที่มีกรดอะมิโนเป็นส่วนประกอบที่ใช้รักษาภาวะผิดปกติเนื่องจากโรคตับ (ลำดับ 75)¹⁶

2.3.3 ยาสามัญประจำบ้าน^{2,17} เป็นยาที่รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขประกาศเป็นยาสามัญประจำบ้าน โดยระบุไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาสามัญประจำบ้านบนฉลากยาที่ขึ้นทะเบียน กล่อง/หีบห่อบรรจุยา มีตัวอักษร “ยาสามัญประจำบ้าน” ในกรอบสีเขียวเห็นได้ชัดเจน จะต้องมีสรรพคุณ ขนาด และวิธีใช้ คำเตือน การเก็บรักษา และขนาดบรรจุเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในประกาศ เป็นยาที่จำหน่าย ได้ทั่วไปโดยไม่ต้องมีใบอนุญาตขาย

การกำหนดรายการยาสามัญประจำบ้าน¹⁸ อยู่ภายใต้หลักการการเพิ่มการเข้าถึงยาของประชาชน ที่สะดวกและปลอดภัย ประชาชนสามารถดูแลตนเองได้เป็นการลดภาระหน่วยบริการภาครัฐที่มีจำกัด ซึ่งต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกยาที่ควรเป็นยาสามัญประจำบ้านแผนปัจจุบัน เช่น ต้องเป็นยาที่ขึ้นทะเบียนตำรับเป็นยาอันตราย หรือยาไม่อันตรายในประเทศไทยอย่างน้อย 5 ปี เป็นยาที่ใช้บ่อยและมีความจำเป็นต่อผู้บริโภค และ/หรือมีความจำเป็นต่อการสาธารณสุขของประเทศ เป็นยาที่มีวิธีการใช้ไม่ยุ่งยากเมื่อปฏิบัติตามที่ระบุไว้ในฉลากและเอกสารกำกับยาอย่างเคร่งครัด มีความปลอดภัยสูง



และมีโอกาสนำไปใช้ในทางที่ผิดน้อย มีความเป็นพิษทั่วไปต่ำ เป็นยาที่มีความคงตัวดีและมีการเก็บรักษาที่ไม่ยุ่งยาก เป็นต้น

ยาที่ประกาศกระทรวงสาธารณสุขกำหนดเป็นยาสามัญประจำบ้าน เช่น ยาเม็ดลดกรดอะลูมินา-แมกนีเซียม (ลำดับ 1(1.1))¹⁷, ยาเม็ดลดกรดอะลูมินา-แมกนีเซียม-ไซเมธิโคน (ลำดับ 1(1.8))¹⁹, ยาผงถ่านรักษาอาการท้องเสีย (ลำดับ 2(2.2))¹⁹, ยาเม็ดบรรเทาปวด ลดไข้ พาราเซตามอล 500 มก. (ลำดับ 5(5.2))²⁰, ยาเม็ดบรรเทาปวด ลดไข้ พาราเซตามอล 325 มก. (ลำดับ 5(5.3))²⁰, ยาน้ำบรรเทาปวด ลดไข้ พาราเซตามอล (ลำดับ 5(5.4))²⁰, ยาน้ำแก้ไอขับเสมหะสำหรับเด็ก (ลำดับ 7(7.1))¹⁷, ยาแก้ไอ น้ำดำ (ลำดับ 7(7.2))¹⁷, ยาอมบรรเทาอาการเจ็บคอ (ลำดับ 11(11.5))²¹, ยาเอธิล แอลกอฮอล์ ขนาดบรรจุไม่เกิน 450 มล. (ลำดับ 12(12.5))¹⁹

2.3.4 ยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ เป็นยาที่ไม่อยู่ในรายการตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยยาควบคุมพิเศษ หรือประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยยาอันตราย หรือประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยยาสามัญประจำบ้าน ยกเว้นนี้เป็นยาที่อยู่ในรายการยกเว้นไม่เป็นยาอันตรายทำยาระหว่างกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยยาอันตราย²² เช่น ยาที่ใช้สำหรับขับเสมหะ (ลำดับที่ 8)¹⁰ เช่น แอมบรอกโซล, หมากฝรั่งสำหรับเคี้ยว²² หรือแผ่นแปะที่มีนิโคติน หรือสารประกอบของนิโคตินที่มุ่งหมายสำหรับช่วยการอดบุหรี่ (ลำดับที่ 74)²²

2.4 ขอบเขตการโฆษณาขายยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม

ประเทศไทยมีการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาขายยา ด้วยคำเรียกว่า “การโฆษณาขายยา” ที่แตกต่างไปตามยุคสมัย โดยพระราชบัญญัติควบคุมการขายยา พ.ศ. 2479 ซึ่งเป็นกฎหมายว่าด้วยยาลฉบับแรกของประเทศไทย กำหนด “ห้ามโฆษณาโดยใช้ชื่อยา แสดงสรรพคุณยา...” ต่อมา มีพระราชบัญญัติการขายยา พ.ศ. 2493 ซึ่งได้ยกเลิกพระราชบัญญัติควบคุมการขายยา ทั้งได้กำหนด “ข้อห้ามในการแจ้งความขายยา” และพระราชบัญญัติการขายยา (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2505 เปลี่ยนจากคำว่า “การแจ้งความขายยา” เป็น “ข้อห้ามในการโฆษณาหรือประกาศขายยา” พร้อมบทกำหนดโทษที่เพิ่มขึ้น

ต่อมา มีการตราพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 โดยยกเลิกพระราชบัญญัติการขายยาทั้ง 5 ฉบับ และหมวด 11 มาตรา 88 กำหนดข้อห้ามใน “การโฆษณาขายยา” เพิ่มโทษในบทกำหนดโทษ และมีการแก้ไขเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 โดยกำหนดให้ “การโฆษณาขายยาจะต้องได้รับ



อนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา ก่อนและ จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด”

ไม่ว่าจะเป็นการใช้คำว่า “โฆษณา” “การแจ้งความขายยา” “การโฆษณา” “ประกาศขายยา” หรือ “การโฆษณาขายยา” ล้วนมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเพื่อขายหรือเพื่อ ประโยชน์ทางการค้าซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญทางการตลาดและมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สินค้าของผู้บริโภค ยาเป็นผลิตภัณฑ์จะต้องใช้เมื่อจำเป็นเท่านั้น ต้องใช้ตามข้อบ่งใช้ ขนาดและวิธีการใช้ยาที่ได้รับอนุญาตขึ้น ทะเบียนตำรับยา ยาแต่ละชนิดมีข้อห้ามใช้ ข้อควรระวัง การเก็บรักษา การเก็บรักษาที่ไม่เหมาะสมเป็น สาเหตุหนึ่งให้ยาเสื่อมคุณภาพ การใช้ยาโดยหลงเชื่อคำบอกที่หลอกลวง อาจส่งผลให้เกิดอันตรายต่อ สุขภาพอนามัย และไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคให้เสียทรัพย์โดยไม่จำเป็น ปัญหาผู้บริโภคถูกเอาเปรียบจาก การโฆษณาขายยาผิดกฎหมายยังคงมีอย่างต่อเนื่อง รัฐจึงมีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2530 โดยเพิ่มคำปรับและกำหนดโทษกรณีฝ่าฝืน แต่พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไข เพิ่มเติมยังไม่มีนิยามของคำว่า “โฆษณา” ในการคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลการโฆษณาขายยา จึง ได้นำนิยามศัพท์คำว่า “โฆษณา” จากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคมาใช้โดยอนุโลมเพื่อให้ ครบ องค์กรประกอบ “การโฆษณา+ขาย+ยา” กับนิยามศัพท์ คำว่า “ขาย” และคำว่า “ยา” ตามพระราชบัญญัติยา ดังนั้น “การโฆษณาขายยา” จึงหมายความว่า “การกระทำการไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบ ข้อความเกี่ยวกับยาเพื่อประโยชน์ในทางการค้า”

ขอบเขตของการโฆษณาขายยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติมมีดังนี้

หมวด 11 การโฆษณา

มาตรา 88¹ การโฆษณาขายยาจะต้อง

(1) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน

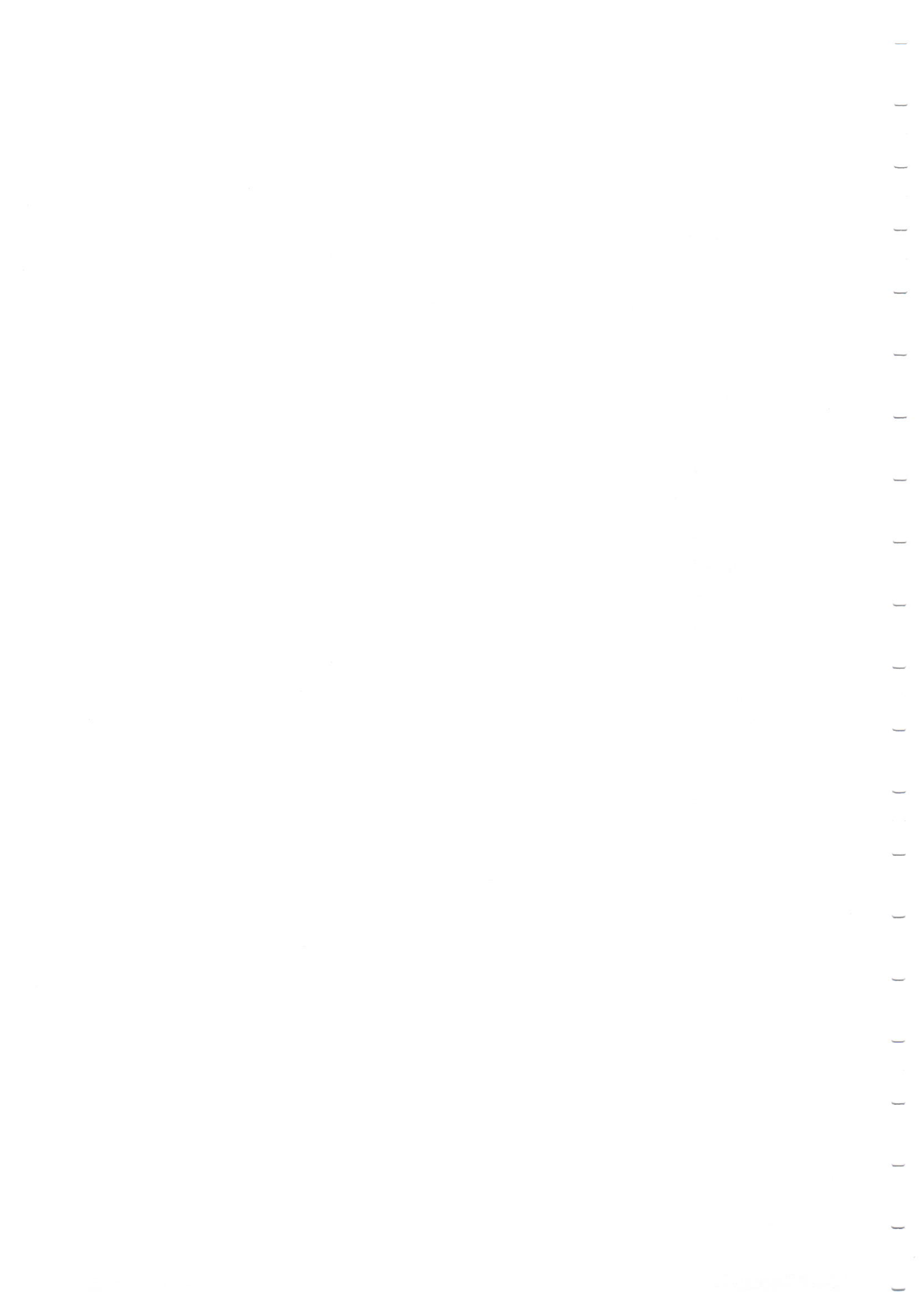
(2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

(3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยาหรือเป็นส่วนประกอบของยาซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือ ส่วนประกอบนั้นในยา หรือมีแต่ไม่เท่าที่ ทำให้เข้าใจ

(4) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แห้งลูกหรือยาขับระดูอย่างแรง

(5) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกามหรือยาคุมกำเนิด

(6) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ



(7) ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น

(8) ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรืออาการของโรค
ที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 77

ความใน (5) และ (6) ไม่ใช่บังคับแก่ข้อความในฉลากหรือเอกสารกำกับยาและความใน
(1) (4) (5) (6) (7) และ (8) ไม่ใช่บังคับแก่การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการโรคศิลปะ ผู้ประกอบ
วิชาชีพเวชกรรม หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์²³

มาตรา 88 ทวิ² การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ ทางฉายภาพ
ภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์จะต้อง

- (1) ได้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต
- (2) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด

มาตรา 89¹ ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำทำเพลง หรือแสดงความทุกข์ทรมาน
ของผู้ป่วย

มาตรา 90¹ ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพกหรือออกสลากรางวัล

มาตรา 90 ทวิ² เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยามีอำนาจสั่งเป็นหนังสือให้ระงับการโฆษณาขายยา
ที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ได้

หมวด 14 บทกำหนดโทษ

มาตรา 124² ผู้ใดโฆษณาขายยาโดยฝ่าฝืนมาตรา 88 มาตรา 88 ทวิ มาตรา 89 หรือมาตรา 90 ต้อง
ระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

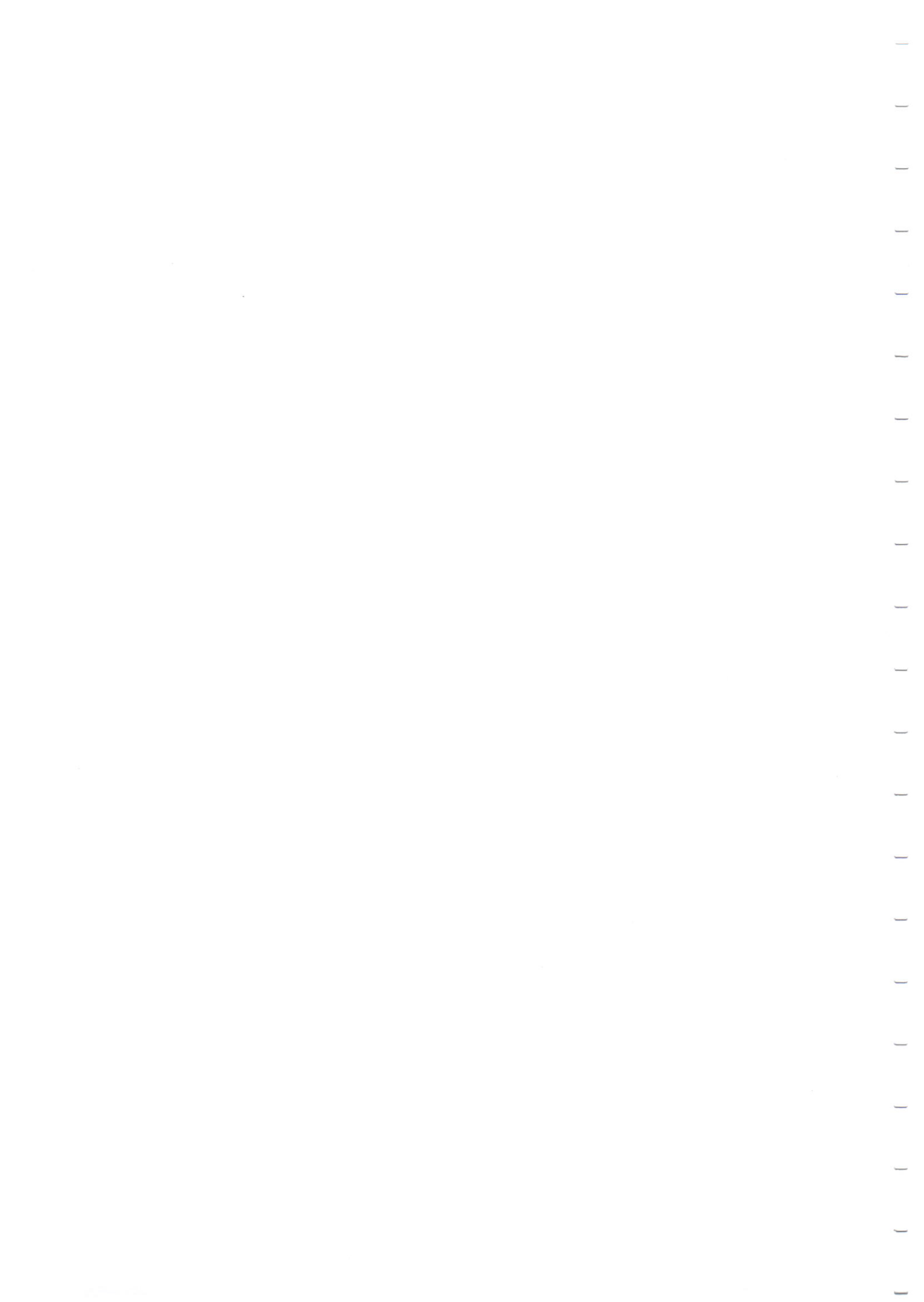
มาตรา 124 ทวิ²³ ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งให้ระงับการโฆษณาขายยาของเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา
ซึ่งสั่งตามมาตรา 90 ทวิ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้ง
ปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละห้าร้อยบาท จนกว่าจะปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

2.5 การดำเนินการกำกับดูแลการโฆษณาขายยา

การดำเนินการกำกับดูแลการโฆษณาขายยา ตามพระราชบัญญัติยา อย. ดำเนินการใน 3 มิติ คือ

2.5.1 การพิจารณาอนุญาตโฆษณาขายยา

2.5.2 การเฝ้าระวังและตรวจสอบการโฆษณาขายยาและเรื่องร้องเรียน



2.5.3 การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และเครือข่าย

2.5.1 การพิจารณาอนุญาตโฆษณาขายยา

โดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 อย.ดำเนินการพิจารณาอนุญาตโฆษณาขายยาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2522 การพิจารณาอนุญาตโฆษณาขายยาเป็นไปชอบเขตของกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่วางไว้ และในปี พ.ศ. 2545 อย.ได้ดำเนินการออกระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การโฆษณาขายยา พ.ศ.2545 ลงวันที่ 2 ธันวาคม 2545 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 120 ตอนพิเศษ 10 ง หน้า 22 ประกาศ ณ วันที่ 27 มกราคม 2546 ในระเบียบนี้ได้กล่าวถึงการโฆษณาขายยาทางสื่ออินเทอร์เน็ตไว้ ดังนี้

“ (1) การโฆษณาขายยา แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

(1.1) การโฆษณาขายยาทางสื่อทั่วไป หมายถึง การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ หรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รวมถึงแผ่นป้ายโฆษณา วัสดุอื่นๆ และสื่ออินเทอร์เน็ต

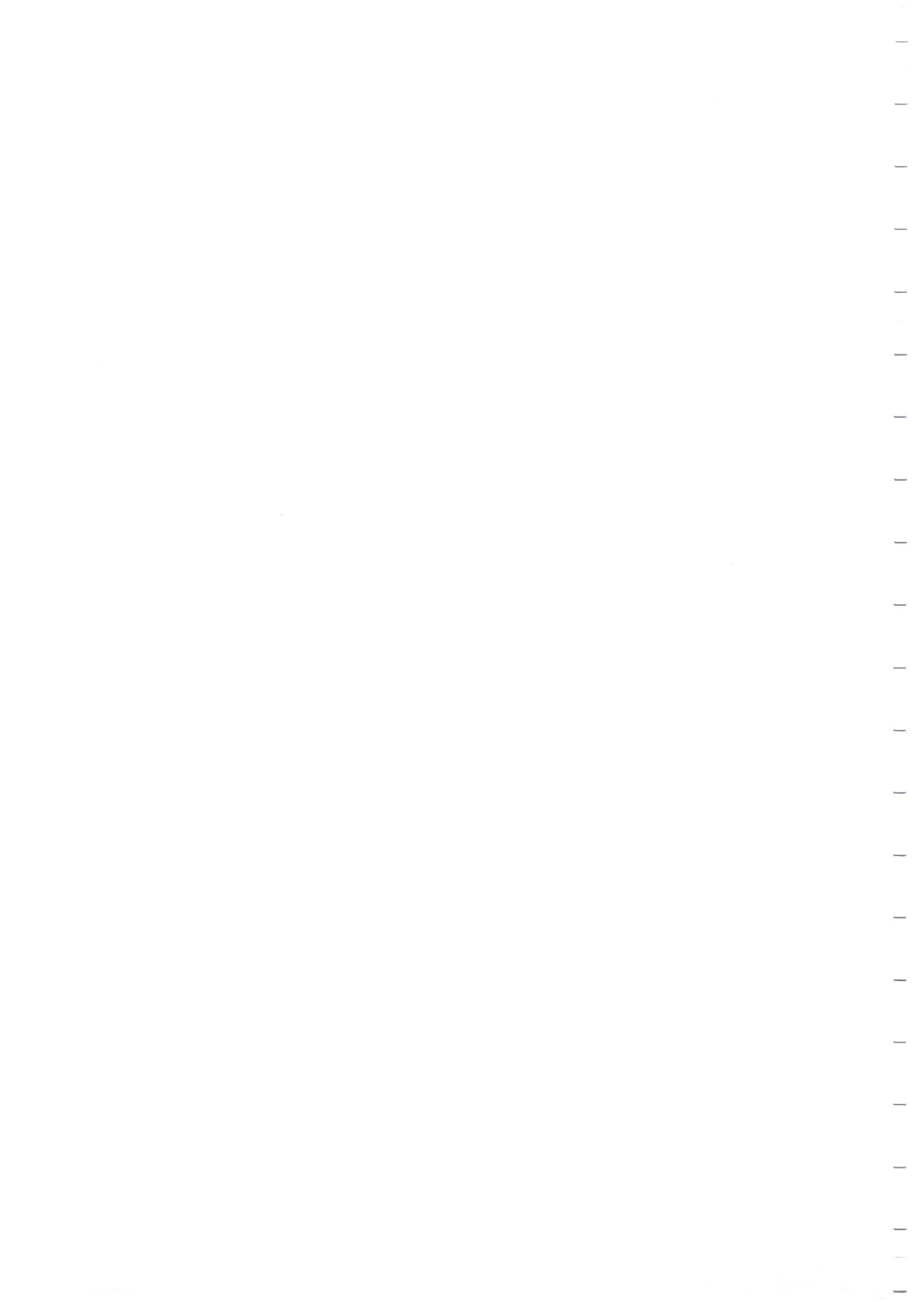
(1.2) การโฆษณาขายยาที่กระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการโรคศิลปะ หมายถึง การโฆษณาขายยาที่เป็นการเจาะจงเผยแพร่ข้อความโฆษณาให้ผู้ประกอบการโรคศิลปะ ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม และผู้ประกอบวิชาชีพสัตวแพทย์โดยตรงทางสื่อใดๆ เช่น วารสารทางการแพทย์ แผ่นพับ ใบปลิว แผ่นป้าย หรือโปสเตอร์ รวมถึงวัสดุอื่นๆ และสื่ออินเทอร์เน็ต”

อย. กำกับดูแลตามระดับความเสี่ยงจากการใช้ผลิตภัณฑ์ จึงจำแนกประเภทของยา ร้านขายยา ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ และการโฆษณาขายยา ดังนี้

- จำแนกประเภทยาเป็น (1) ยาควบคุมพิเศษ (2) ยาอันตราย (3) ยาสามัญประจำบ้าน (4) ยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ

- จำกัดการกระจายยาตามประเภทร้านขายยา จำแนกร้านขายยาเป็น (1) ร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) (2) ร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ (ขย.2) (3) ร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จสำหรับสัตว์ (ขย.3)

- ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการในร้านขายยา จำแนกเป็น (1) เกสซ์กร (2) ผู้ประกอบวิชาชีพอื่น เช่น พยาบาล แพทย์ ผู้ผ่านการอบรมจากกระทรวงสาธารณสุข (3) ผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์



- การโฆษณาขายยา จำแนกเป็น (1) การโฆษณาต่อประชาชนทั่วไป (2) การโฆษณาโดยตรงต่อผู้ประกอบโรคศิลปะ ซึ่งตาราง 1 แสดงความสัมพันธ์ของประเภทยาและระดับการควบคุม ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการประเภทร้านยา และการโฆษณาขายยา ดังนี้

ตาราง 1 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทยา ประเภทร้านยา ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ และการโฆษณาขายยา

| ประเภทยาและระดับการควบคุม | ร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย.1) | ร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุน้ำยาอินทรีย์หรือควบคุมพิเศษ (ข.ย.2) | ร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุน้ำยาอินทรีย์ (ข.ย.3) | การโฆษณาขายยา | |
|--|------------------------------|--|--|-----------------------|------------------------------|
| | | | | โฆษณาต่อประชาชนทั่วไป | โฆษณาโดยทางผู้ประกอบโรคศิลปะ |
| 1. ยาควบคุมพิเศษ | | | | | |
| -ขายในสถานพยาบาลเท่านั้น | - | - | - | - | ✓ |
| -ขายในร้านขายยา(มีใบสั่งแพทย์) | ✓ | - | ✓ | - | ✓ |
| 2. ยาอันตราย | ✓ | - | ✓ | - | ✓ |
| 3. ยาบรรจุน้ำยาอินทรีย์หรือยาควบคุมพิเศษ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 4. ยาสามัญประจำบ้าน (ขายได้โดยไม่ต้องมีใบอนุญาตขายยา) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 5. ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ | เภสัชกร | ผู้ประกอบการวิชาชีพอื่น เช่น พยาบาล แพทย์ ผู้มีอำนาจจากกระทรวง ศธ. | ผู้ประกอบการวิชาชีพ การสัตวแพทย์ | - | - |

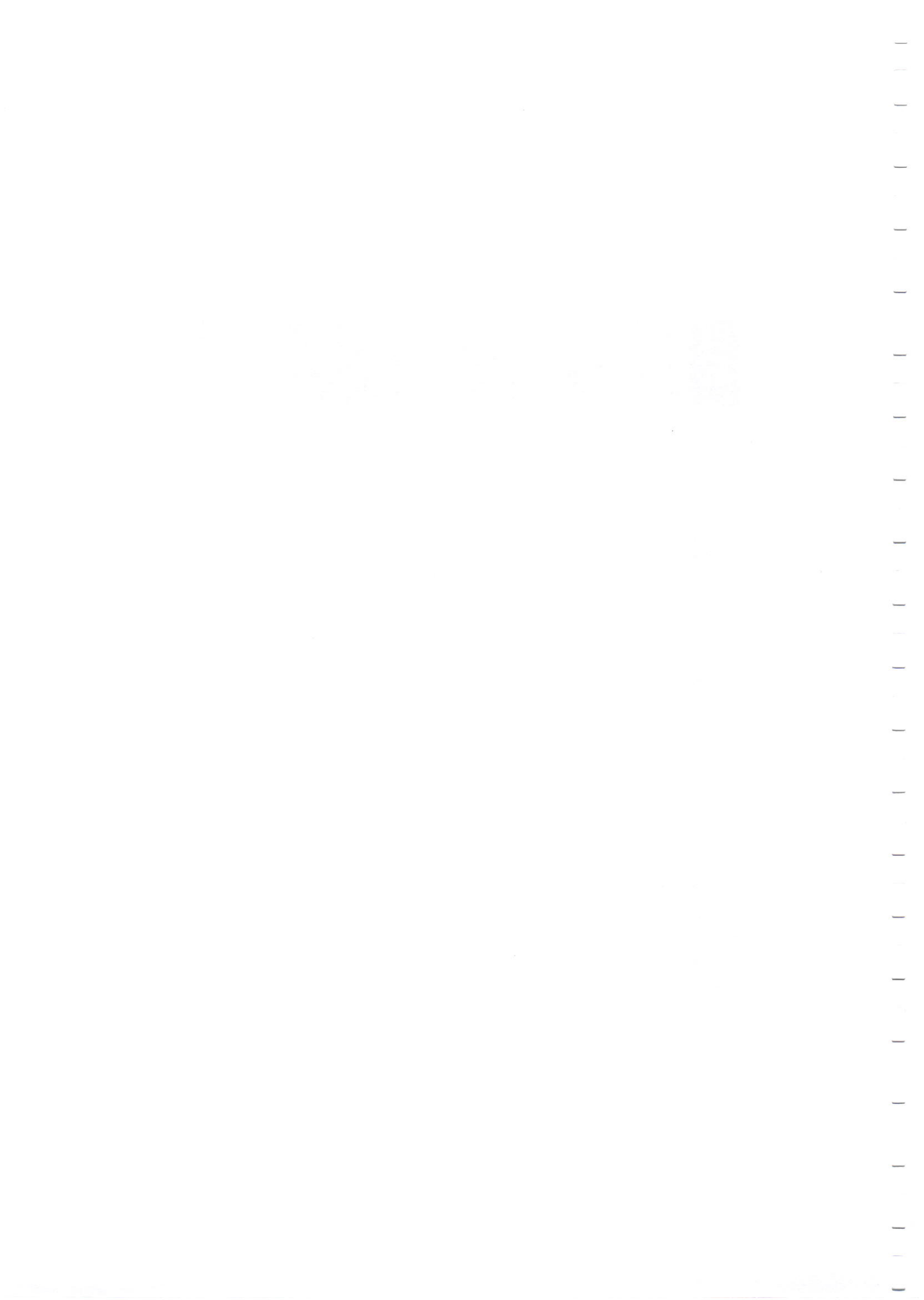
ที่มา : กลุ่มกำหนดมาตรฐาน กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สำหรับการดำเนินการพิจารณาอนุญาตโฆษณาขายยา ในแต่ละปี มีผู้ประกอบการยื่นคำขอโฆษณาขายยาต่อ ออย.โดยกองยาได้พิจารณาคำขออนุญาตโฆษณาขายยา ไม่น้อยกว่าปีละ 3000-4000 คำขอตั้งปรากฏตามตาราง 2 ผลงานการพิจารณาคำขออนุญาตโฆษณาขายยา ระหว่างปีพ.ศ.2559-2562

ตาราง 2 ผลงานการพิจารณาคำขออนุญาตโฆษณาขายยา ระหว่าง ปี พ.ศ. 2559-2562

| คำขอโฆษณาขายยาทางสื่อ | ปี พ.ศ.2559 | | ปี พ.ศ.2560 | | ปี พ.ศ.2561 | | ปี พ.ศ.2562 | |
|-----------------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|
| | อนุญาต | ไม่อนุญาต | อนุญาต | ไม่อนุญาต | อนุญาต | ไม่อนุญาต | อนุญาต | ไม่อนุญาต |
| ประชาชนทั่วไป | 2191 | 311 | 1905 | 137 | 1292 | 101 | 1836 | 94 |
| ผู้ประกอบโรคศิลปะ | 1254 | 19 | 1106 | 24 | 833 | 4 | 1206 | 1 |
| ของแจกของชำร่วย | 667 | 0 | 792 | 0 | 828 | 0 | 518 | 2 |
| รวม | 4112 | 330 | 3803 | 161 | 2953 | 105 | 3560 | 97 |
| | 4442 | | 3964 | | 3060 | | 3657 | |

ที่มา : งานโฆษณา ยา กลุ่มกำกับดูแลก่อนออกสู่ตลาด กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา



2.5.2 การตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาขายยาและเรื่องร้องเรียน

การตรวจสอบการโฆษณาขายยาและการสั่งให้ระงับการโฆษณากรณีฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยาอาศัยอำนาจตามมาตรา 90 ทวิ เลขานุการคณะกรรมการอาหารและยามีอำนาจในการสั่งให้ระงับโฆษณากรณีฝ่าฝืนกฎหมาย สั่งเปรียบเทียบปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาทตามมาตรา 124 และมาตรา 124 ทวิ กรณีฝ่าฝืนคำสั่งระงับโฆษณาตามมาตรา 90 ทวิ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละห้าร้อยบาท จนกว่าจะปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว ซึ่งเป็นหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการของกองยา (กลุ่มกำกับดูแลหลังออกสู่ตลาด) ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน และปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ศรป.) และกลุ่มกฎหมายอาหารและยา

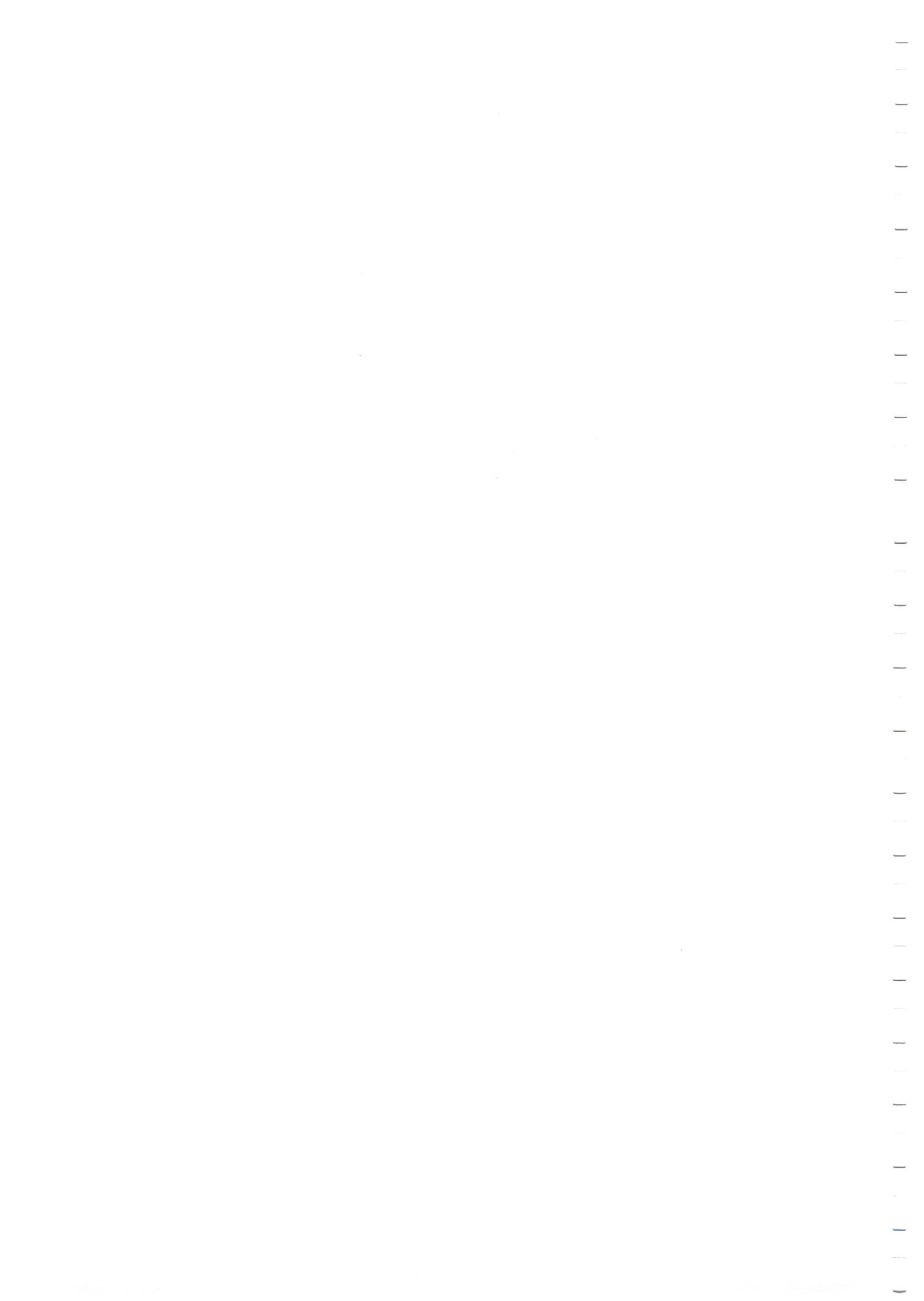
จากการสุ่มติดตามเฝ้าระวังการโฆษณาขายยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น มีผลงานการติดตามเฝ้าระวังโดยแยกสื่อโฆษณาแต่ละประเภทดังปรากฏในตาราง 3 สถิติการเฝ้าระวังและตรวจสอบการโฆษณา ระหว่าง ปี พ.ศ. 2558-2562 และตาราง 4 สถิติตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ปีงบประมาณ พ.ศ.2562 ตามลำดับ ดังนี้

ตาราง 3 สถิติการเฝ้าระวังและตรวจสอบการโฆษณา ระหว่าง ปี พ.ศ. 2558-2562

| ประเภทผลิตภัณฑ์ | ปี พ.ศ. | | | | |
|-----------------|---------|--------|--------|--------|--------|
| | 2558 | 2559 | 2560 | 2561 | 2562 |
| ยา | 6,093 | 3,999 | 4,132 | 3,655 | 1,959 |
| อาหาร | 10,903 | 9,589 | 9,753 | 8,360 | 6,792 |
| เครื่องสำอาง | 11,445 | 12,621 | 11,360 | 9,031 | 15,535 |
| เครื่องมือแพทย์ | 178 | 1490 | 163 | 88 | 96 |
| วัตถุอันตราย | 292 | 208 | 263 | 231 | 282 |
| วัตถุเสพติด | 290 | 154 | 176 | 80 | 130 |
| รวม | 29,201 | 26,711 | 25,847 | 21,445 | 24,794 |

ที่มา : รายงานประจำปี 2562 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข หน้า 34

ซึ่งจากตาราง 3 จะเห็นได้ว่า ในแต่ละปีงบประมาณ อย. ดำเนินการสุ่มติดตามตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพไม่น้อยกว่า ปีละสองหมื่นรายการ และติดตามตรวจสอบการโฆษณาขายยาไม่น้อยกว่าปีละสามพันรายการภายใต้งบประมาณและบุคลากรที่จำกัด



ตาราง 4 สถิติตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ปีงบประมาณ พ.ศ.2562

| ประเภท ผลิตภัณฑ์ | จำนวนการตรวจสอบ (ครั้ง) | | | | | | รวม |
|---------------------|-------------------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------------|---------------|
| | นิตยสาร | อินเทอร์เน็ต | โทรทัศน์* | วิทยุ | หนังสือพิมพ์ | แผ่นพับ/ ใบปลิว | |
| ยา | 41 | 91 | 1,210 | 567 | 0 | 1 | 1,910 |
| อาหาร | 66 | 458 | 5,282 | 880 | 0 | 2 | 6,689 |
| เครื่องสำอาง | 112 | 5,167 | 5,811 | 549 | 0 | 3,771 | 15,410 |
| เครื่องมือแพทย์ | 2 | 40 | 23 | 0 | 0 | 0 | 65 |
| วัตถุอันตราย | 0 | 50 | 228 | 0 | 0 | 0 | 278 |
| วัตถุเสพติด | 0 | 130 | 0 | 0 | 0 | 0 | 130 |
| รวม | 221 | 5,936 | 12,554 | 1,996 | 0 | 3,775 | 24,482 |

ที่มา: รายงานประจำปี 2562 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข หน้า 41

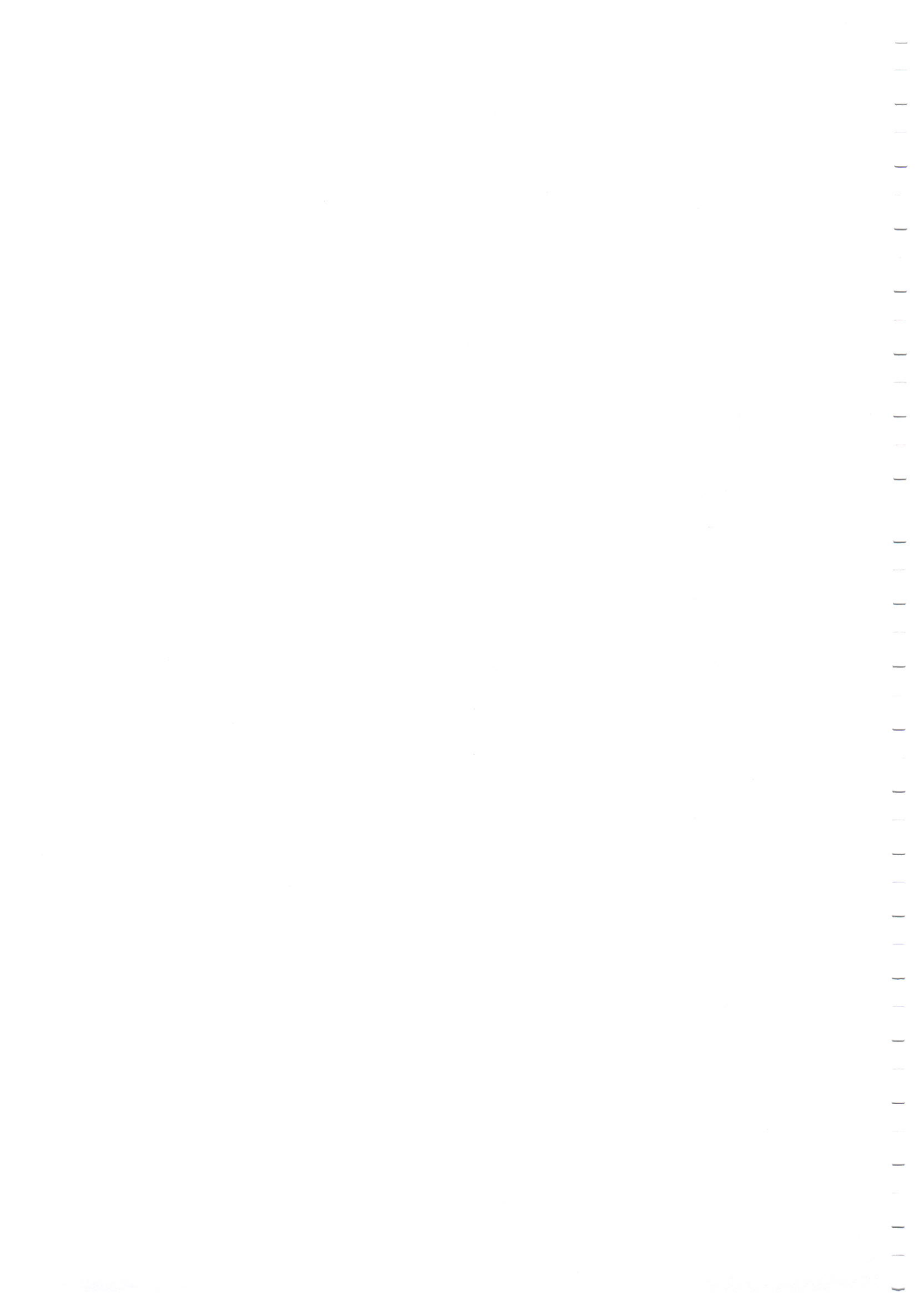
*หมายเหตุ: โทรทัศน์ ได้แก่ ฟรีทีวี ทีวีดิจิทัล เคเบิลทีวี

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาขายยาในส่วนภูมิภาค ดำเนินการโดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) ในปี พ.ศ. 2535 อย.ได้มอบอำนาจให้ผู้ว่าราชการจังหวัดในการพิจารณาอนุญาตโฆษณาขายยา และตรวจสอบสั่งให้ระงับการโฆษณากรณีฝ่าฝืนกฎหมาย รวมถึงสามารถดำเนินการเปรียบเทียบปรับได้ตามหนังสือชี้แจงของอย.ที่ สธ 0712/ว140 ลงวันที่ 19 มิถุนายน 2535 เนื่องจากการดำเนินคดีกับผู้กระทำการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยาในส่วนของการโฆษณาขายยา มีอายุความเพียง 1 ปี เพื่อความสะดวกรวดเร็วให้ทันกับระยะเวลาในการบริการประชาชนและการดำเนินการกับผู้กระทำความผิด โดยมีกองส่งเสริมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น (กอง คบ.) มีหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานงานร่วมกันระหว่าง อย.และ สสจ.

ปัจจุบัน สสจ.ดำเนินการพิจารณาอนุญาตโฆษณาขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะสื่อโฆษณาที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัด (ยกเว้นสื่อโทรทัศน์) และสั่งให้ระงับโฆษณาขายยา กรณีฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยาตามคำสั่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ที่ 112/2547 ลงวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547

2.5.3 การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และเครือข่าย

อย.เป็นหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค และเป็นหน่วยงานที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ มีหน้าที่ในการอนุมัติ อนุญาต ก่อนผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์



สุขภาพหลังออกสู่ตลาดแล้ว รวมถึงการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และเครือข่าย โดยภารกิจพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและเครือข่ายภาคประชาชนเป็นหน้าที่ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (กอง พศ.) และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพในการผลิต นำเข้า จำหน่าย และโฆษณาอย่างถูกต้องตามกฎหมายและรวดเร็ว เป็นหน้าที่ของกองผลิตภัณฑ์

ในปี พ.ศ. 2553 อย.ดำเนินการสร้างเครือข่ายภาคประชาชนในการจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย และตั้งคณะทำงานภาคประชาชน โดยสร้างเครือข่ายให้ความรู้ชุมชนต้นแบบเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ยาหลงเชื่อโฆษณาหลอกลวง เช่น เครือข่ายชุมชนวัดไตรรัตนาราม และเครือข่าย อย.น้อย และมีการพัฒนาและดำเนินการต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

อย. โดยกอง พศ.ได้ดำเนินการจัดทำข่าวเผยแพร่และเตือนภัยผู้บริโภคเกี่ยวกับการโฆษณาขายยา ตามตาราง 5 ผลงานข่าวเตือนภัยจากการโฆษณาขายยาผิดกฎหมาย ประจำปีงบประมาณ 2560-2563 ดังนี้

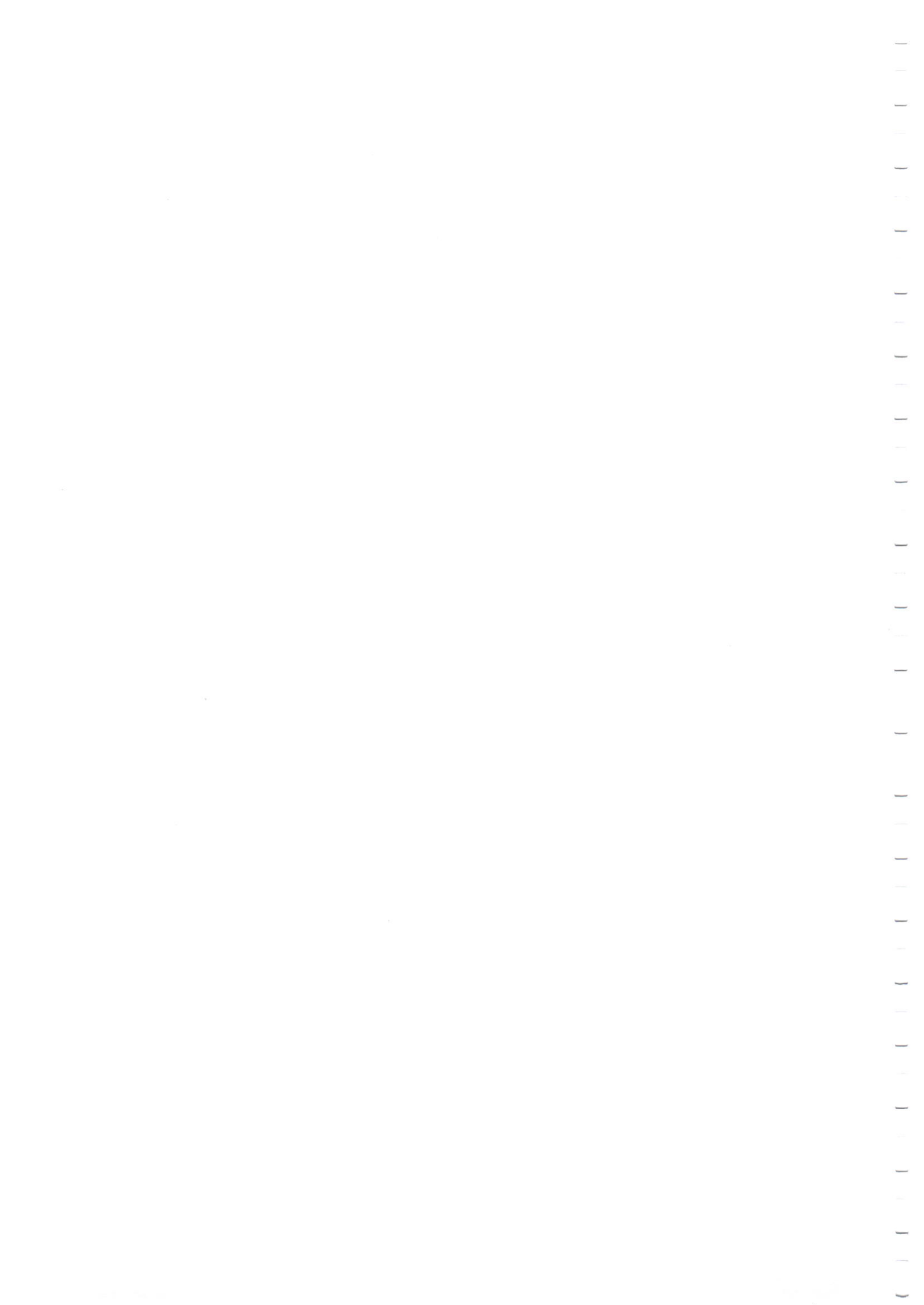
ตาราง 5 ผลงานข่าวเตือนภัยการโฆษณาขายยาผิดกฎหมาย ปีงบประมาณ 2560-2563

| ลำดับ | ปีงบประมาณ | จำนวนข่าว | ตัวอย่าง |
|------------|------------------------------------|----------------|---|
| 1. | 2560 | 7 ข่าว | อย.ร่วมกับ บก.ปคบ.และสสจ.ปทุมธานี บุกจับแหล่งจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดความอ้วน มีทั้งเลขสารบบอาหารและเลขทะเบียนยาในกล่องเดียวกัน โฆษณาขายทาง Facebook |
| 2. | 2561 | 15 ข่าว | อย.เตือนอย่าซื้อยาผ่านเว็บไซต์ อันตรายถึงชีวิต พบการโฆษณาขายอันตรายทางเว็บไซต์ Lazada |
| 3. | 2562 | 22 ข่าว | จับแล้ว Honestdocs ขายยาออนไลน์ ผ่านทาง www.honestdocs.co/ |
| 4. | 2563 (1ต.ค.2562- 30ธ.ค.2562) | 2 ข่าว | อย.รุกมาตรการเฝ้าระวังยาปลอมอย่างเข้มงวด เร่งกวาดล้าง ขบวนการค้ายาปลอมทุกรูปแบบ โฆษณาขายยาตามเว็บไซต์หรือผ่านพัสดุไปรษณีย์ |
| รวม | | 46 ข่าว | |

ที่มา : กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้รู้เท่าทันการโฆษณาหลอกลวง กองพ.ศ.ได้ดำเนินการจัดทำข่าวเตือนประชาชนอย่าหลงเชื่อโฆษณาหลอกลวงผ่านสื่อทั้งสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และเว็บไซต์ อย. รวมทั้งได้เพิ่มช่องทางสื่อสารใหม่ๆ ผ่านสื่อออนไลน์ทั้งหมด ดังนี้

Line @fdathai



| | |
|-------------|---|
| Face Book | www.facebook.com/fdathai |
| Twitter | fdathai |
| Youtube | fdathai |
| Instagram | fdathai |
| Application | Oryor Smart Application , อย. เช็ค ชัวร์ แชนร์ |
| Website | www.fda.moph.go.th และ www.oryor.com |

ตัวอย่างชุดสื่อเผยแพร่เตือนภัยผู้บริโภค เช่น สารคดีโทรทัศน์ ชุดรู้ไว้ก่อน “ภัย”มี ตอน รู้หนีภัย โฆษณาเกินจริง สปอตวิทยุ เช่น รู้โรคปลอดภัย ชั่งใจก่อนใช้ยาปฏิชีวนะ, ชุด “อย่าเชื่อ..เขาว่า” สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น “เตือนภัยผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช็คก่อน ชัวร์กว่า” “เครื่องสำอาง ห้ามโฆษณาว่าเป็นยา” “อย่าหลงเชื่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อ้างช่วยเสริมสมรรถภาพทางเพศ อันตรายถึงตาย !” แผ่นพับ “อันตรายจากยาชุดลดความอ้วน” “รู้เท่าทันสตีรอยด์” Factsheet “ป้องกันการโฆษณาหลอกลวง ด้านสุขภาพอย่างไร” “อย่าเชื่อโฆษณายาแผนโบราณอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง” เป็นต้น

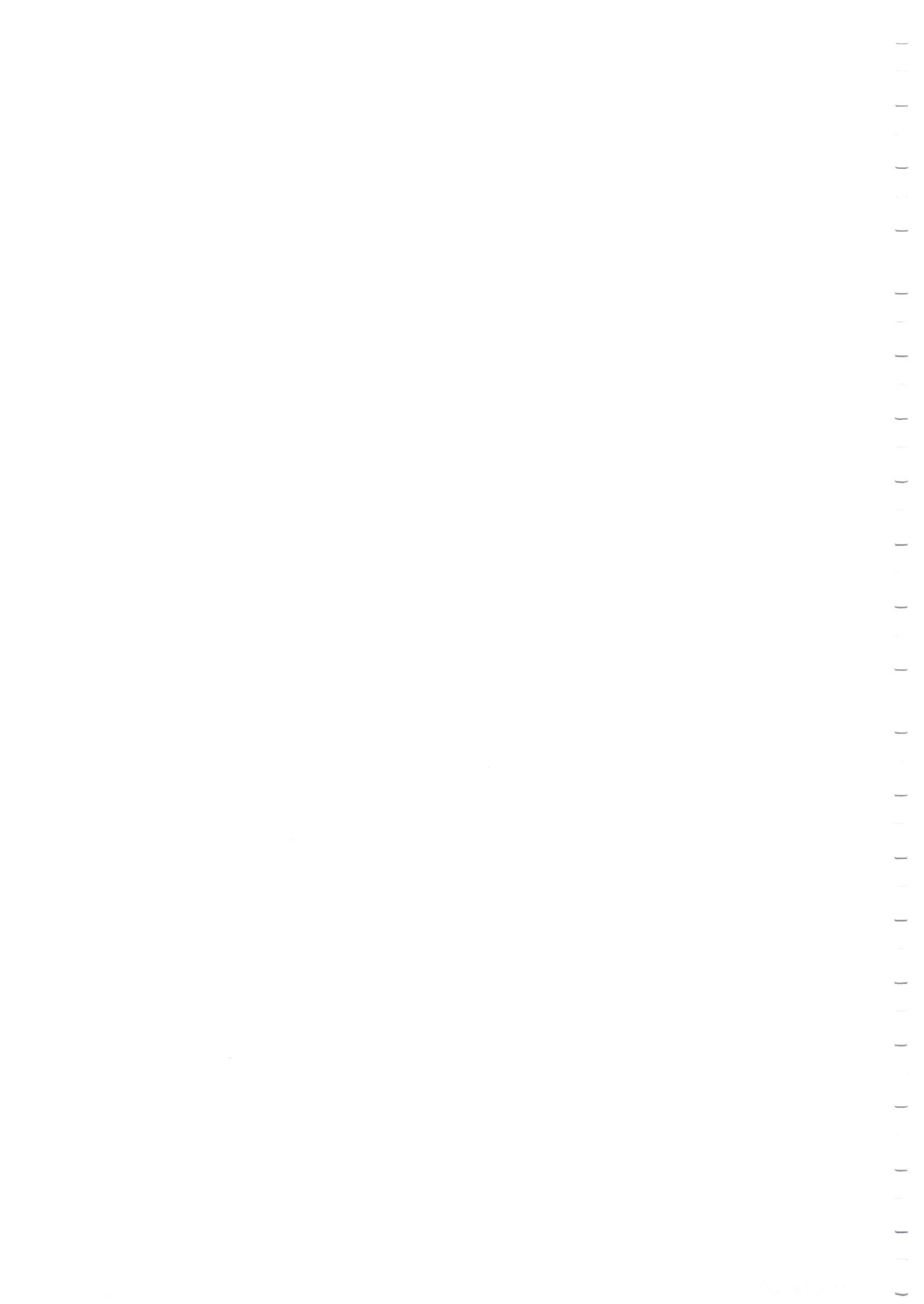
3. การจัดการปัญหาโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมในประเทศไทย

3.1 การดำเนินการของ อย.ก่อนมีมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ

อย. หน่วยงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพมีการกำกับดูแลการโฆษณาทางสื่อต่างๆ โดยอาศัยอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายเฉพาะของแต่ละผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของ การอนุมัติ อนุญาต โฆษณา สั่งให้ระงับโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมายแล้ว นอกจากนี้รวมถึง อย.มีการจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ฝ่าฝืนกฎหมายโดยการทำความเข้าใจและประสานความร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้อง เช่น

ปี พ.ศ. 2541 อย.ได้เชิญบรรณาธิการนิตยสาร วารสาร และหนังสือพิมพ์ประชุมทำความเข้าใจเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อสิ่งพิมพ์

ปี พ.ศ. 2543 อย.ได้มีหนังสือที่ สร 0804/2/12661 ลงวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543 เรื่อง การโฆษณาขายยาทางสื่ออินเทอร์เน็ตถึงผู้ประกอบการพาณิชย์ เพื่อเตือนผู้ประกอบการให้ดำเนินการให้อยู่ในขอบเขตของกฎหมาย สำคัญคือ ในการประกอบธุรกิจด้านยาโดยระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์นั้น การขายยาจะต้องได้รับใบอนุญาตจากเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา หรือผู้ที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยามอบหมาย ห้ามขายยานอกสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต และการโฆษณาขายยาจะต้องได้รับอนุญาตโฆษณาจากเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาก่อน



ปี พ.ศ. 2549 ออย.ชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางอินเทอร์เน็ต กับ สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย และสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย ออย.ได้การลงนามบันทึกความเข้าใจกับสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย และสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย เรื่อง แนวทางการควบคุมกำกับดูแลการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่ออินเทอร์เน็ต ลงนามเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2549 สาระสำคัญเกี่ยวกับการกำกับดูแลการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางอินเทอร์เน็ต

ปี พ.ศ. 2550 ออย.ได้ประชุมทำความเข้าใจกับผู้อำนวยความสะดวกสถานีโทรทัศน์และนายสถานีวิทยุกระจายเสียง สมาคมโทรทัศน์ดาวเทียมแห่งประเทศไทย และสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2551 ออย.ได้ประชุมทำความเข้าใจกับสมาคมโทรทัศน์ดาวเทียมแห่งประเทศไทย และสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย และลงนามบันทึกความเข้าใจระหว่างสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กับสมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ เรื่อง การโฆษณา เสนอข่าว และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อ พ.ศ. 2551 ลงนามเมื่อวันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2551 สาระสำคัญเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวและโฆษณาที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ในขณะเดียวกัน ปัญหาโฆษณาขายยาทางอินเทอร์เน็ตรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะการโฆษณาขายยาทำแท้ง ซึ่งในระยะเวลาที่ ออย. ยังหาตัวผู้กระทำความผิดไม่ได้ ออย.ได้ประสานความร่วมมือกับกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลกฎหมายว่าการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ในการยื่นคำร้องต่อศาลเพื่อปิดเว็บไซต์ขายยาทำแท้งทางอินเทอร์เน็ต โดยมี ออย.เป็นพยาน และศาลสั่งระงับการเผยแพร่หน้าโฆษณาขายยาทำแท้งทางเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2551

ปี พ.ศ. 2552 ออย.ประชุมหารือการแก้ไขปัญหาการโฆษณาขายยาทางอินเทอร์เน็ต

ปี พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2554 ออย.รวบรวมปัญหาโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพทางวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต เพื่อนำเสนอการปัญหาดังกล่าวในการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 ประจำปี พ.ศ. 2554 วันที่ 2-4 กุมภาพันธ์ 2555

ปี พ.ศ. 2555 เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2555 ในการประชุมสมัชชาแห่งชาติ ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2554 กระทรวงสาธารณสุขโดย ออย.ได้นำเสนอ “ประเด็นการปัญหาโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพทางวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต” มีมติในการจัดการปัญหาโฆษณา จากมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติในการประชุมดังกล่าว คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.) เห็นชอบและได้นำเสนอ²⁴ คณะรัฐมนตรีในการประชุมครั้งที่ 2/2555 เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2555 คณะรัฐมนตรีรับทราบมติของ

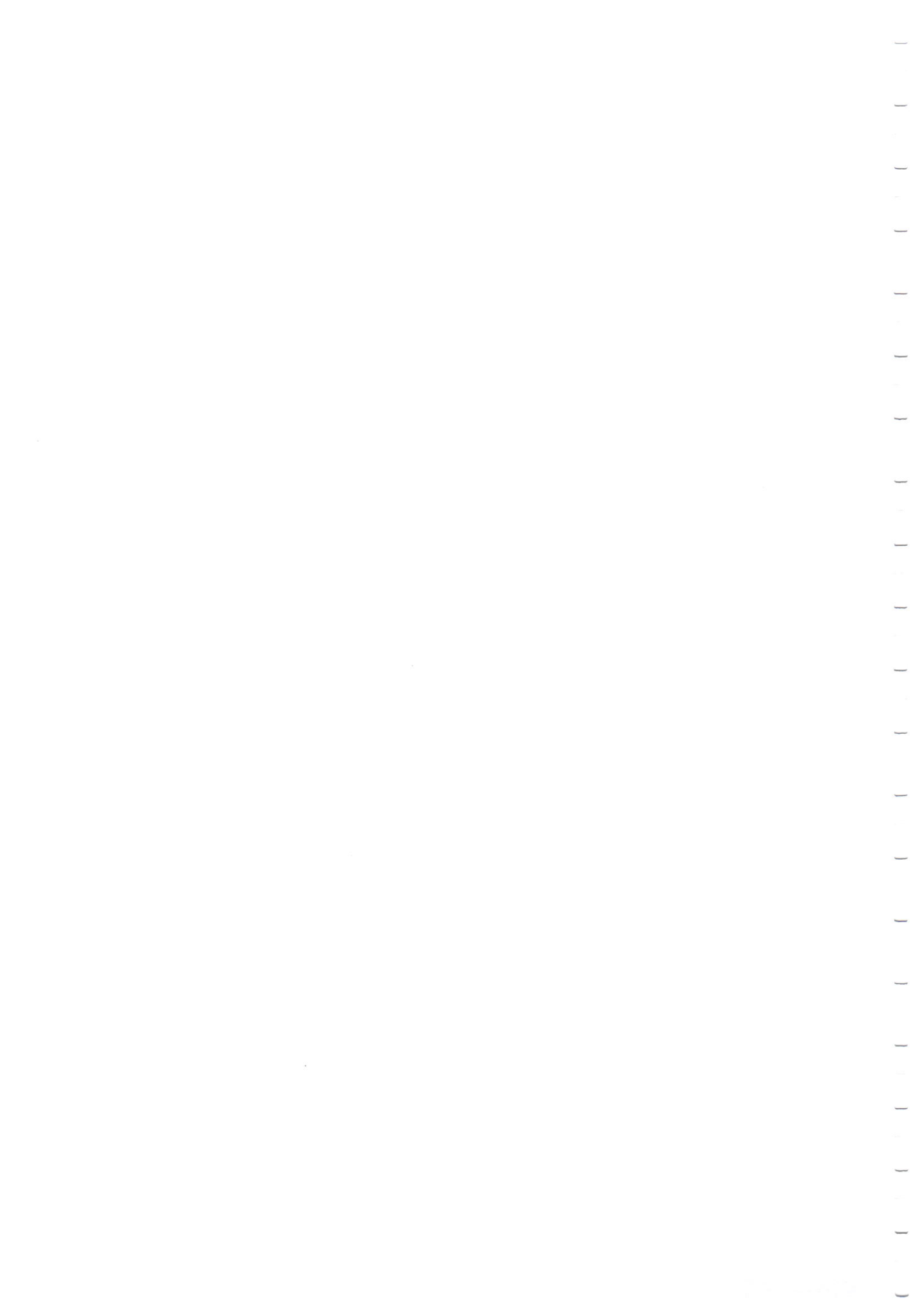


สมัชชาสุขภาพแห่งชาติ²⁵ และมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับไปพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป สาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

ตาราง 6 มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 ประจำปี พ.ศ. 2554 วันที่ 4 ก.พ. 2555^{24,25}

| มติสมัชชาสุขภาพ 4 มติ ที่ | หน่วยงานระดับกระทรวง และ หน่วยงานระดับกรม/ | หน่วยงานระดับกรมที่เกี่ยวข้อง |
|---|--|--|
| 5. การจัดการปัญหา โฆษณาที่ผิดกฎหมายของ ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพทาง วิทยุกระจายเสียง สื่อ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต | คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) สำนักนายกรัฐมนตรี -สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.) -กองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) กระทรวงสาธารณสุข (สธ.) -สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.) กระทรวงยุติธรรม (ยต.) -สำนักงานอัยการสูงสุด (อส.) กระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสาร(ทก.) กระทรวงมหาดไทย (มท.) -กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น | 1.ให้ อย., สคบ., อส., ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนการจัดทำฐานข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูล เกี่ยวกับการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย การอนุญาตโฆษณา ซึ่งทางการรับเรื่องร้องเรียนการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย ดำเนินคดีกับการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย ฯลฯ 2.ให้ กสทช. ดำเนินการหลักเกณฑ์การประกอบกิจการ กระจายเสียงเกี่ยวกับการโฆษณา ยา อาหาร และ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ จัดสรรเวลาอย่างเพียงพอให้ หน่วยงานหรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคนำเสนอข้อมูล ให้เท่าทัน การโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์ สุขภาพ 3. ให้ อย. ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผน ยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณา ยา อาหาร และ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีความรู้ เกี่ยวกับกฎหมายโฆษณา 4. ให้ ทก. บูรณาการเฝ้าระวังการโฆษณา ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพภายใต้กฎหมายว่าด้วยการ กระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ 5. ให้มีองค์กรอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้รัฐบาลให้ การสนับสนุนการทำหน้าที่เฝ้าระวังและตรวจสอบการ โฆษณา ยา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ฯลฯ |

ที่มา <https://www.ryt9.com/s/cabt/1414069> เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2562

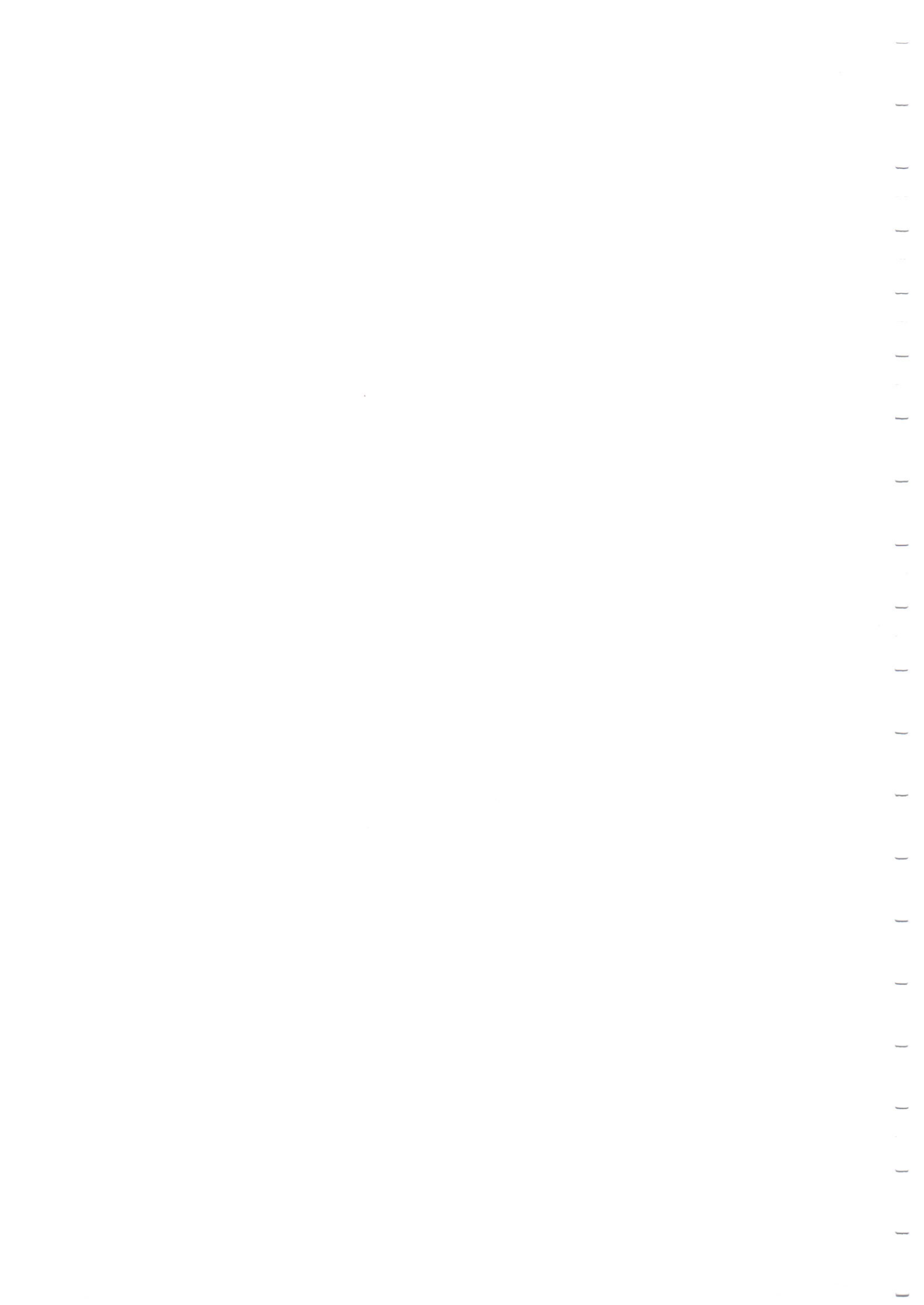


3.2 การดำเนินการตามมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ

ตามมติคณะรัฐมนตรีในการประชุมครั้งที่ 2/2555 เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2555 รับทราบมติของสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2554 และมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับไปพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป (สืบเนื่องจากสถานการณ์ของสื่อโฆษณาเช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ ดาวเทียม วิทยุชุมชน วิทยุธุรกิจและเทคโนโลยีใหม่ๆที่นำมาใช้ในการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน และเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค การดำเนินการในการกำกับดูแลการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพของ อย. ได้ดำเนินการตามภารกิจของหน่วยงานร่วมกับ สตช.) และดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดร่วมกับตำรวจไม่เพียงพอ (ขณะนั้นยังไม่ก่อตั้ง บก.ปคบ. เป็นหน่วยงานเฉพาะที่เกี่ยวกับคดีคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบกับอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติยังมีข้อจำกัด จึงจำเป็นต้องมีหน่วยงานกำกับดูแลสื่อโฆษณา และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ) เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2555 อย.และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้ง กสทช. สคบ. กระทรวงดิจิทัล สตช.โดย บก.ปคบ. ได้ลงนามบันทึกข้อตกลง เรื่อง การกำกับดูแลโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายหรือมีลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างสำนักงานกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และกองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค สาระสำคัญเกี่ยวกับประสานความร่วมมือในการจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายและเอาเปรียบผู้บริโภค มีศูนย์กลางในการประสานงานได้ลดขั้นตอนการดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น

ปี พ.ศ. 2556 - พ.ศ. 2557 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการปัญหาโฆษณาได้ดำเนินการประสานความร่วมมือในการขับเคลื่อนการจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และได้ดำเนินการร่างแผนยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

พ.ศ. 2557-2561 นำเสนอในการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี พ.ศ. 2556 สข. เห็นชอบมติและนำเสนอคณะรัฐมนตรีในการประชุมครั้งที่ 1/2558 เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558²⁵ คณะรัฐมนตรีได้มีมติ (1) เห็นชอบ ตามที่ สข. แผนยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ พ.ศ. 2557-2561 (2) ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาดำเนินการตามมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติดังกล่าวตามอำนาจหน้าที่ ตามลำดับความสำคัญเร่งด่วน โดยให้ยึดหลัก



- (1) นโยบายของรัฐบาล (2) กฎหมาย ระเบียบหลักเกณฑ์ และมติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง และ
 (3) งบประมาณและทรัพยากรที่มีอยู่ของหน่วยงาน

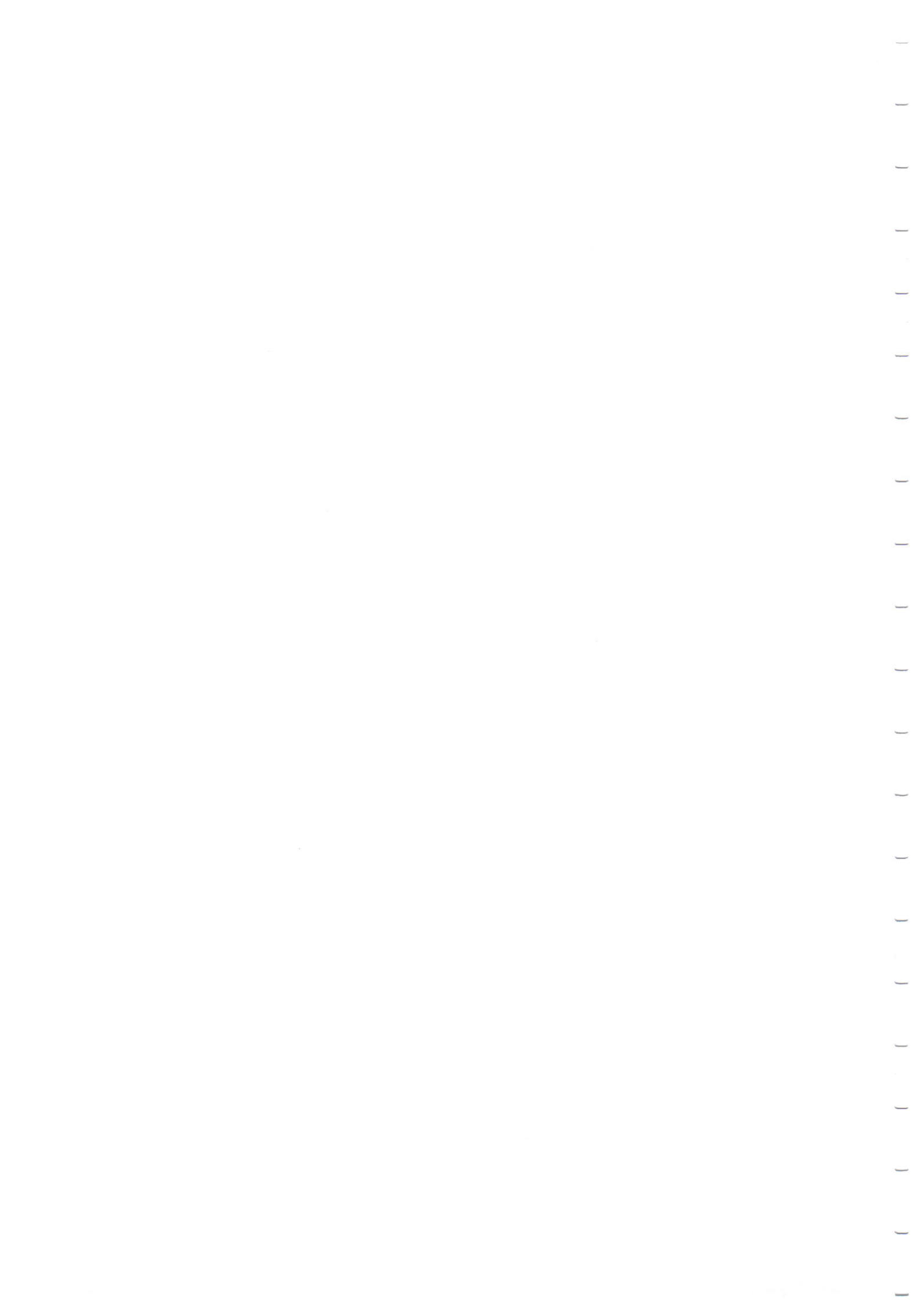
สำหรับประเด็นยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ พ.ศ. 2557-2561 มี 5 ด้าน ได้แก่

1. การพัฒนานโยบาย และโครงสร้างการบริหารจัดการ
2. การบูรณาการกฎหมายระหว่างหน่วยงาน ปรับปรุงกฎ ระเบียบ และการบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพ
3. การพัฒนาศักยภาพวิชาชีพด้านสื่อเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ
4. การสร้างและพัฒนาเครือข่าย กลไกเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ
5. การพัฒนาระบบงานสนับสนุน เพื่อการเฝ้าระวัง แก้ไข และป้องกันปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย

3.3 มาตรการการจัดการปัญหาโฆษณายา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ในประเด็นยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ พ.ศ. 2557-2561 มีมาตรการดำเนินการจัดการปัญหาโฆษณา ซึ่ง อย.ดำเนินการ ดังนี้

- (1) มาตรการทางอาญาแจ้งระงับเจ้าของสื่อโฆษณาและเจ้าของผลิตภัณฑ์
- (2) มาตรการร่วมกับหน่วยงานอื่น
 - (2.1) ประสาน กสทช. ผู้อนุญาตโครงการโทรคมนาคม ISP (Internet Service Provider) เช่น CAT, True เพื่อแจ้งระงับโฆษณาการเผยแพร่เว็บไซต์
 - (2.2) ประสานกระทรวงดิจิทัล ซึ่งเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ยื่นคำร้องต่อศาลเพื่อขอคำสั่งศาลปิดเว็บไซต์
 - (2.3) มาตรการคดีพิเศษ ประสานส่งกรมสอบสวนคดีพิเศษ (Department of Special Investigation)
 - (2.4) มาตรการทางภาษี ประสานส่งกรมสรรพากร



(3) มาตรการทางปกครอง กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัย ผิดศีลธรรมอันดีของประชาชน เกิดผลกระทบเป็นวงกว้าง เสียโอกาสทางการรักษา โฆษณาโรคร้ายแรง โ้อวด ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือพบการกระทำผิดซ้ำซาก

(4) มาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการเฝ้าระวังและจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพเชิงรุกทางสื่อออนไลน์ ซึ่งดำเนินการทั้งเรื่องร้องเรียน ประเด็นร้อน ผลตรวจวิเคราะห์พบสารห้ามใช้ และเฝ้าระวังทั่วไป โดยวิธีการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งข้อความและเสียง เก็บหลักฐาน รวบรวมข้อมูลโฆษณาและผู้กระทำผิด วิเคราะห์ข้อมูลและรายงานผล และจัดทำเป็นรายงานผลดำเนินการ รายงานข้อมูลเชิงวิเคราะห์ความผิดตามกฎหมาย ข้อมูลผู้กระทำความผิด ระวังการเผยแพร่เว็บไซต์ ฟังก์ใช้/เฟิกถอนใบอนุญาต รวมถึงดำเนินการตรวจสอบโฆษณาได้ครอบคลุมมากขึ้น เสริมประสิทธิภาพในการจัดการบริหารข้อมูล และคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะส่งผลให้ผู้บริโภคปลอดภัย

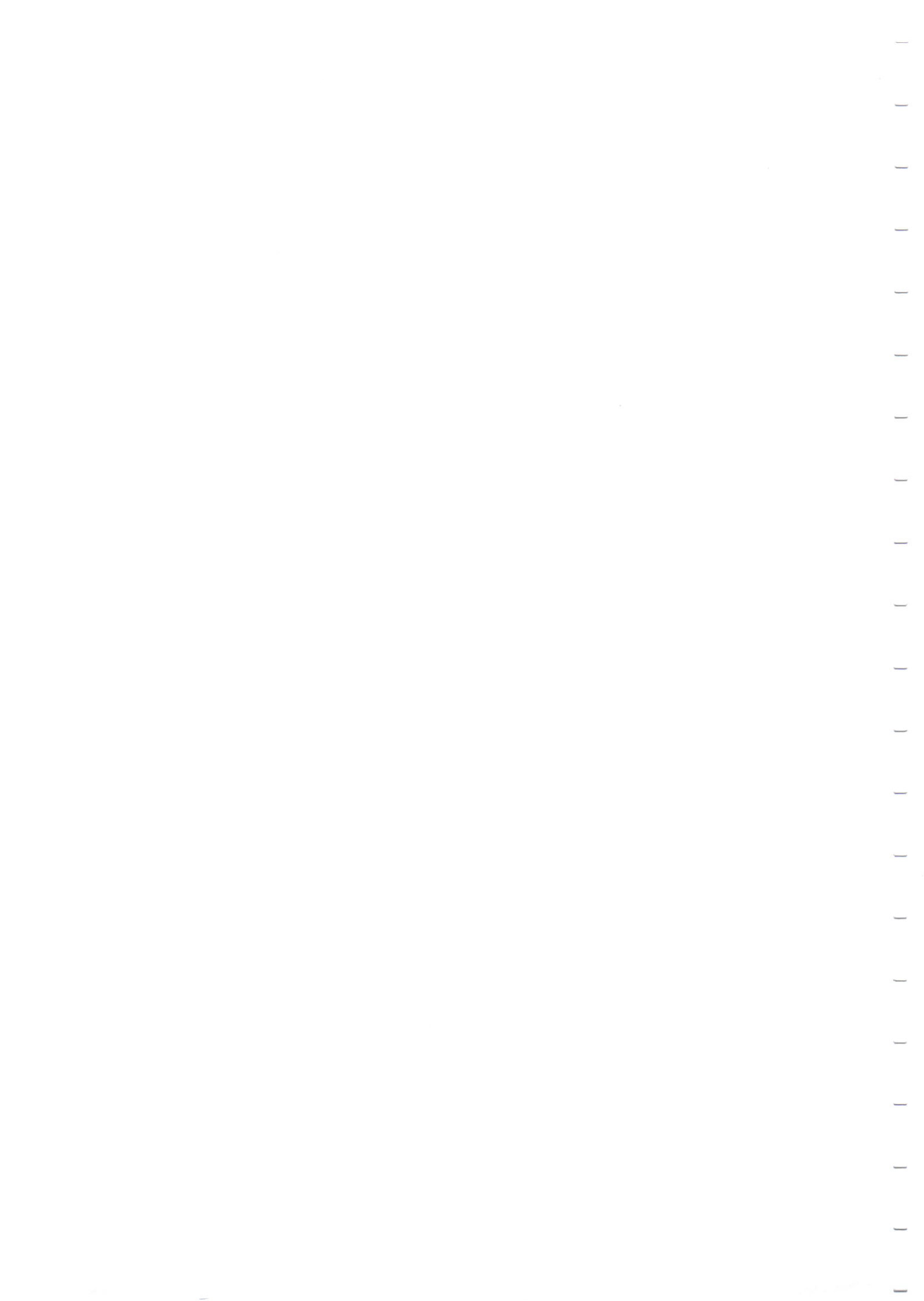
(5) เปิดฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้เครือข่ายและผู้บริโภคสามารถตรวจสอบโฆษณาสงสัยว่าผิดกฎหมาย

(6) ประสานความร่วมมือกับ e-marketplace ให้ดำเนินการอยู่ในขอบเขตของกฎหมาย

การประสานความร่วมมือระหว่าง อย. สสจ. กสทช. มีดังนี้

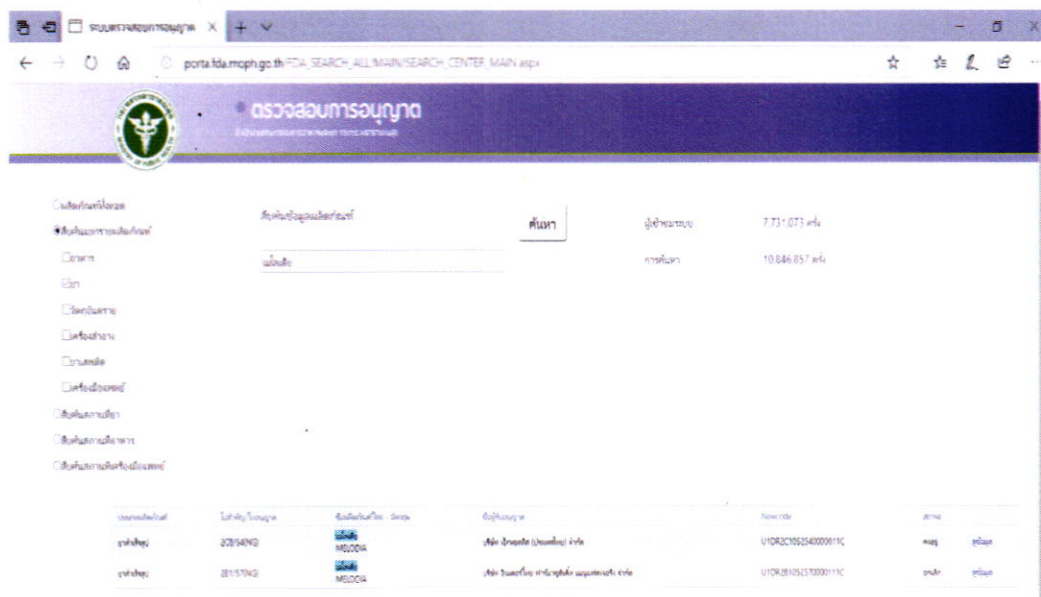
- เฝ้าระวังการโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นตามตารางออกอากาศโดย กสทช. พิจารณาวินิจฉัยข้อความโฆษณาโดย อย./สสจ.(กรณีเป็นการโฆษณาในส่วนภูมิภาค)
- ส่งระงับการโฆษณาเจ้าของผลิตภัณฑ์และผู้โฆษณา เจ้าของรายการ นักจัดรายการโดย อย./สสจ. กรณีเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ส่งระงับชั่วคราวผู้ถือใบอนุญาตประกอบกิจการทุกประเภทกิจการ(กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมโดย กสทช. กรณีเป็นการกระทำที่เอาเปรียบผู้บริโภค
- เฝ้าระวังซ้ำ หากฝ่าฝืนคำสั่งระงับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค พิจารณาลงโทษทางปกครองที่สูงขึ้น เช่น ปรับ ฟังก์ใช้ หรือเฟิกถอนใบอนุญาตประกอบกิจการ

ก่อนมีมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ อย.ได้มีฐานข้อมูล “ตรวจสอบการอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ” เพื่อให้ประชาชนสามารถสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ว่าถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ โดยสืบค้นทาง www.fda.moph.go.th ในส่วนของ “การบริการประชาชน” คลิกที่ข้อความ “ตรวจสอบผลิตภัณฑ์” หรือ http://porta.fda.moph.go.th/FDA_SEARCH_ALL/MAIN/SEARCH_CENTER_MAIN.aspx



ตามภาพ 3 และฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ภาพ 3 ฐานข้อมูลตรวจสอบการอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ



ที่มา: http://porta.fda.moph.go.th/FDA_SEARCH_ALL/MAIN/SEARCH_CENTER_MAIN.aspx

ช่องทางเพิ่มเติมสำหรับตรวจสอบการอนุญาตผลิตภัณฑ์ ดังนี้

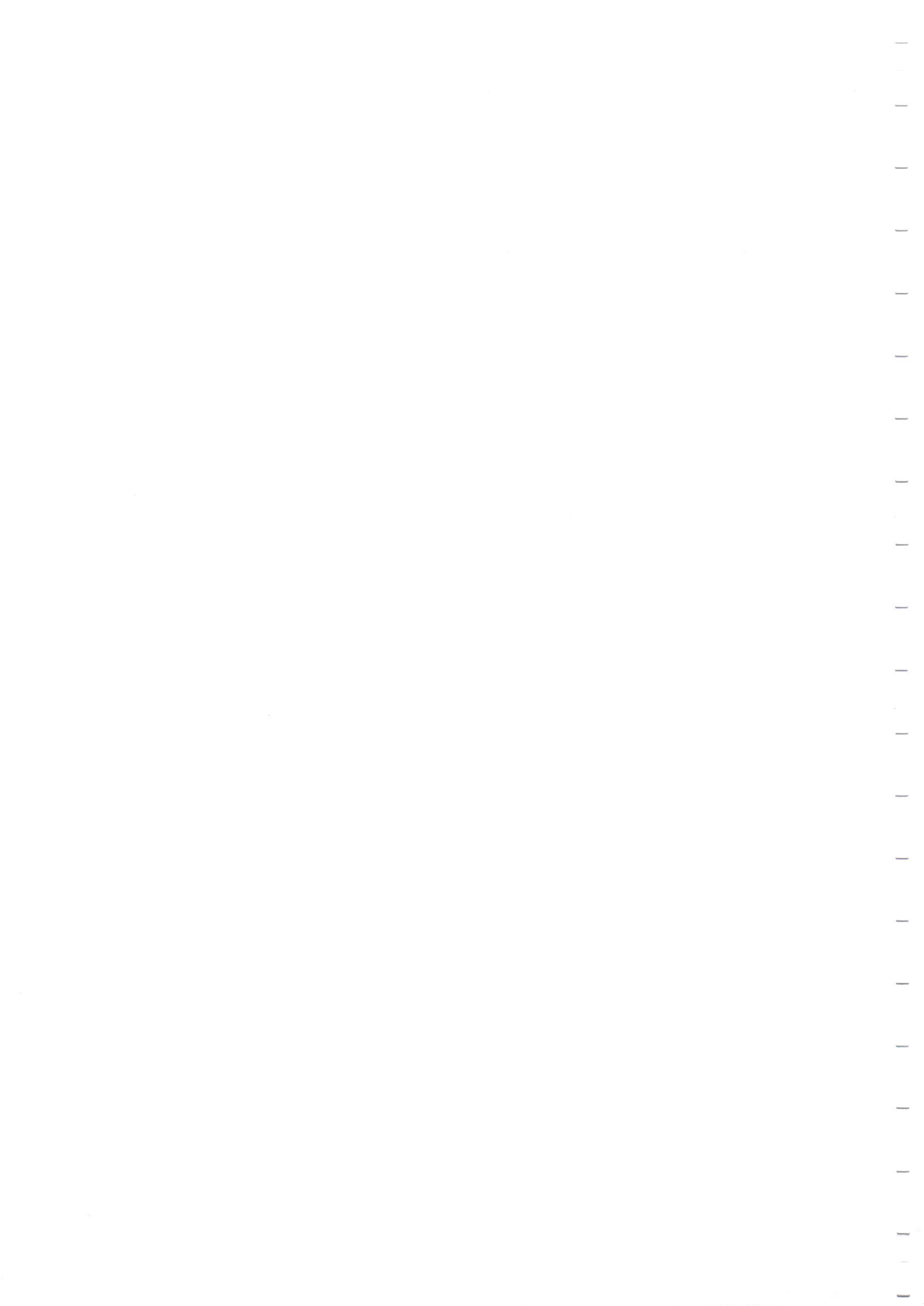
Line @FDAThai

Face Book www.facebook.com/fdathai

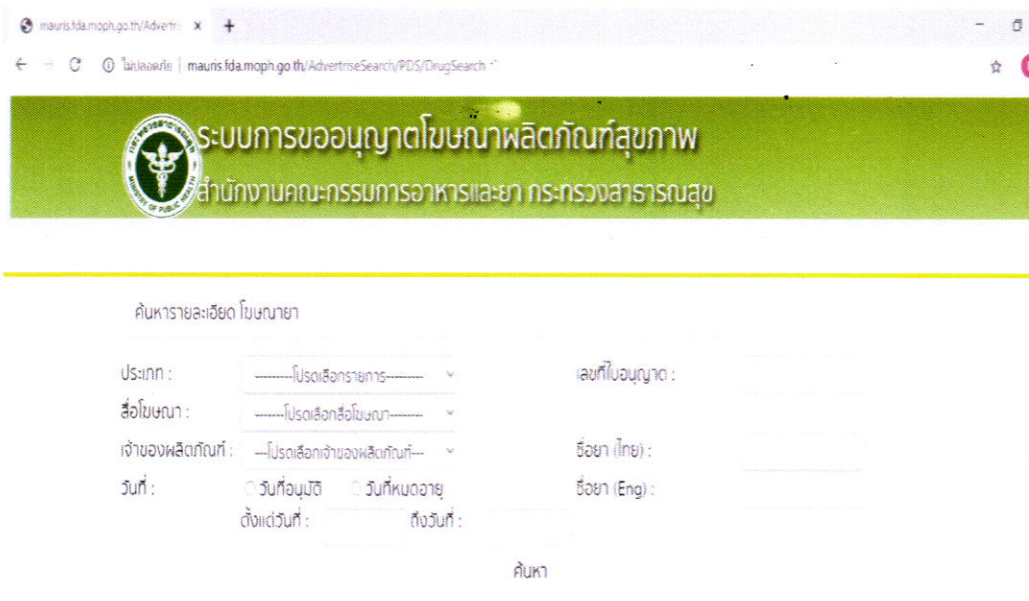
Application Oryor Smart Application

Website www.fda.moph.go.th และ www.oryor.com

อย.มีฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณาสำหรับเจ้าหน้าที่ในการสืบค้นข้อมูลการอนุญาตโฆษณา และในปี พ.ศ. 2561 อย. ได้ดำเนินการตามมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ โดยพัฒนาฐานข้อมูลและเปิดฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับเครือข่ายและประชาชนสืบค้นได้ทาง www.fda.moph.go.th ในส่วนของการบริการประชาชน คลินิกที่ข้อความ “สืบค้นข้อมูลใบอนุญาตโฆษณา” สำหรับผู้บริโภค หรือ ดังภาพ 4 ดังนี้



ภาพ 4 ฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ



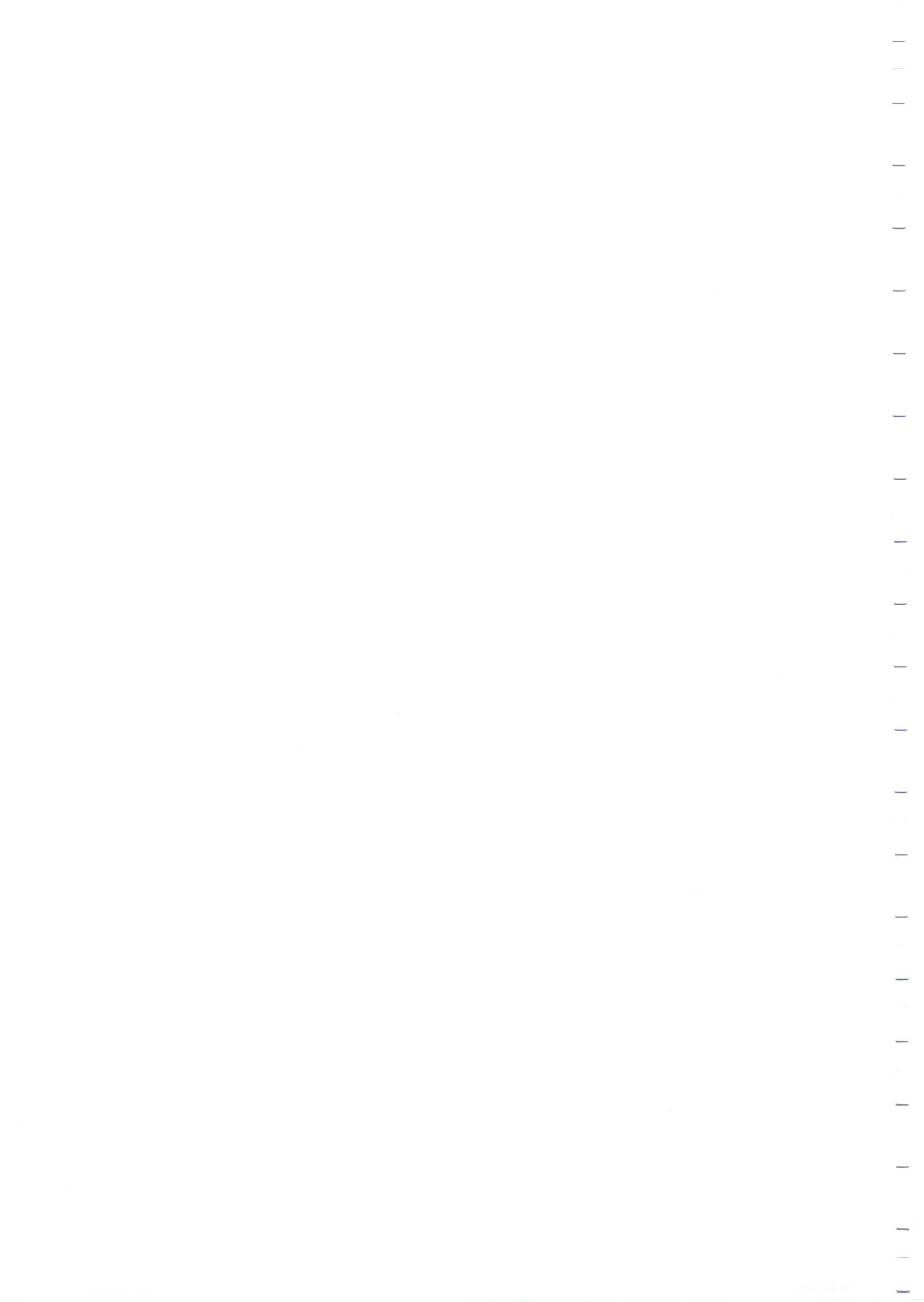
ที่มา : <http://mauris.fda.moph.go.th/AdvertiseSearch/PDS/DrugSearch>

ในการดำเนินการตรวจสอบการออกอากาศรายการหรือโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพภายใต้ความร่วมมือของ กสทช. และ อย./สสจ.²⁷ ดังปรากฏใน ภาพ 5 ดังนี้

ภาพ 5 การตรวจสอบการออกอากาศรายการหรือการโฆษณาภายใต้ความร่วมมือ กสทช.ส่วนกลาง/ส่วนภูมิภาค-อย./สสจ.



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ



ในการจับกุมดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิด มีการดำเนินการภายใต้ความร่วมมือระหว่าง ออ. และ บก.ปคบ. เช่น กรณี “หลายเพจขายยาทำแท้งเถื่อนออนไลน์ซึ่งเหยื่อตกเลือดหวิดเสียชีวิต” ตามที่ปรากฏ ในข่าวรายการเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์ สถานีโทรทัศน์สีกอง 3 ในวันที่ 27 ตุลาคม 2561

ภาพ 6 ภาพประกอบข่าวหลายเครือข่าย “ไซโกล็อก” อ้างตัวเป็นหมอ ขายยาทำแท้งเถื่อนออนไลน์

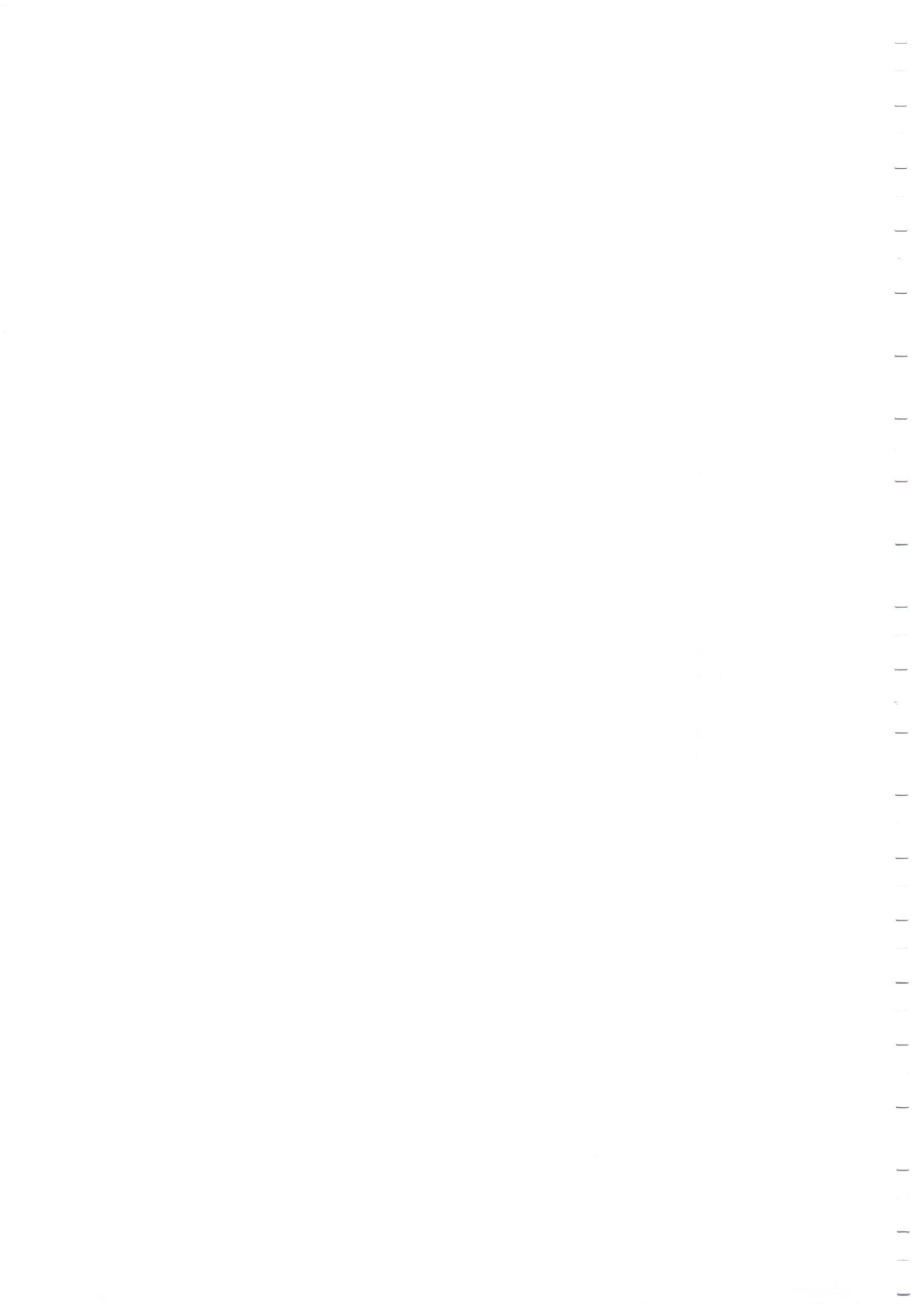
หลายเครือข่าย ‘ไซโกล็อก’ อ้างตัวเป็นหมอ ขายยาทำแท้งเถื่อนออนไลน์ ออ.ชี้ใช้แล้วอาจไม่สามารถตั้งครรภ์ได้อีก หนักสุดถึงขั้นเสียชีวิต

หมวดข่าว:ในประเทศ วันที่ 27 ต.ค. 61 เวลา 12:34:12 น. จำนวนผู้ชม : 196



ที่มา : ข่าวออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์สีกอง 3 รายการ เรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์ เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2561

ในการตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อออนไลน์ ออ. โดย ศรป. ได้จ้างเหมาบริการเอกชนให้ติดตามตรวจสอบและเฝ้าระวังการโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) Facebook Instagram และทางเว็บไซต์มาร์เก็ตเพลส (e-marketplace) Lazada, Shopee โดยบันทึกข้อมูลคลิปวิดีโอ ภาพ ข้อความ เสียง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์การกระทำผิด ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ออ. โดย ศรป. ได้ดำเนินโครงการจ้างเหมาบริการตรวจสอบและเฝ้าติดตามการเผยแพร่ข้อมูลโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์มาร์เก็ตเพลส²⁶ ตามภาพ 7 ดังนี้



ภาพ 7 โครงการจ้างเหมาบริการตรวจสอบและเฝ้าติดตามการเผยแพร่ข้อมูลโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์มาร์เก็ตเพลส



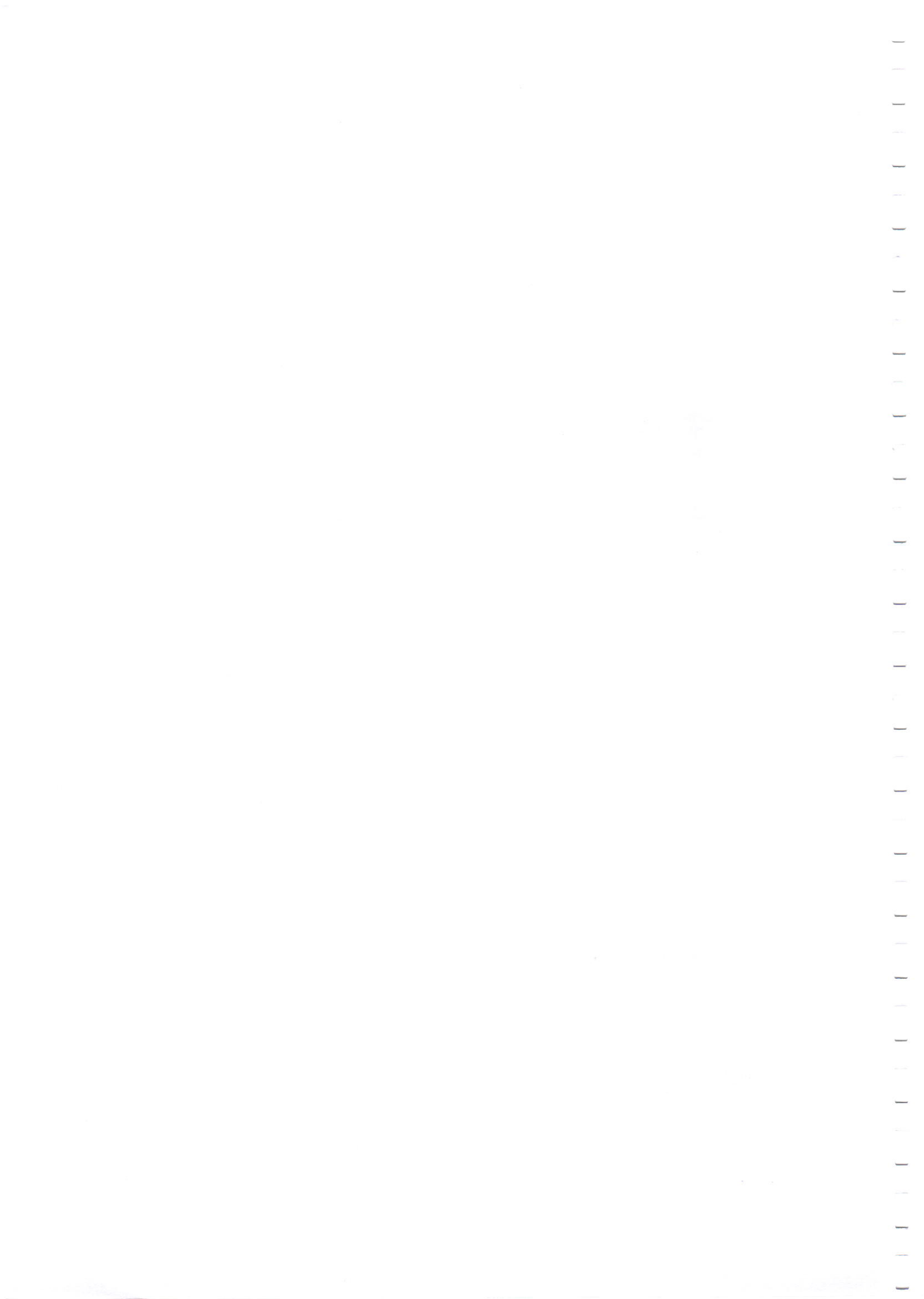
ที่มา : รายงานประจำปี 2562 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข หน้า 34

นอกจากนี้เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 อย. ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ เรื่อง การกำกับดูแลโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย หรือการดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ระหว่าง สำนักงานกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ(กองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับคดีคุ้มครองผู้บริโภค) สาระสำคัญ คือ การบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยมุ่งเน้นการปรับลดขั้นตอน การสื่อสารระหว่างหน่วยงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย การแลกเปลี่ยนข้อมูลการทำงานร่วมกัน และการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

4. การจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมในต่างประเทศ²⁹

สำหรับการจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมในต่างประเทศ เช่น

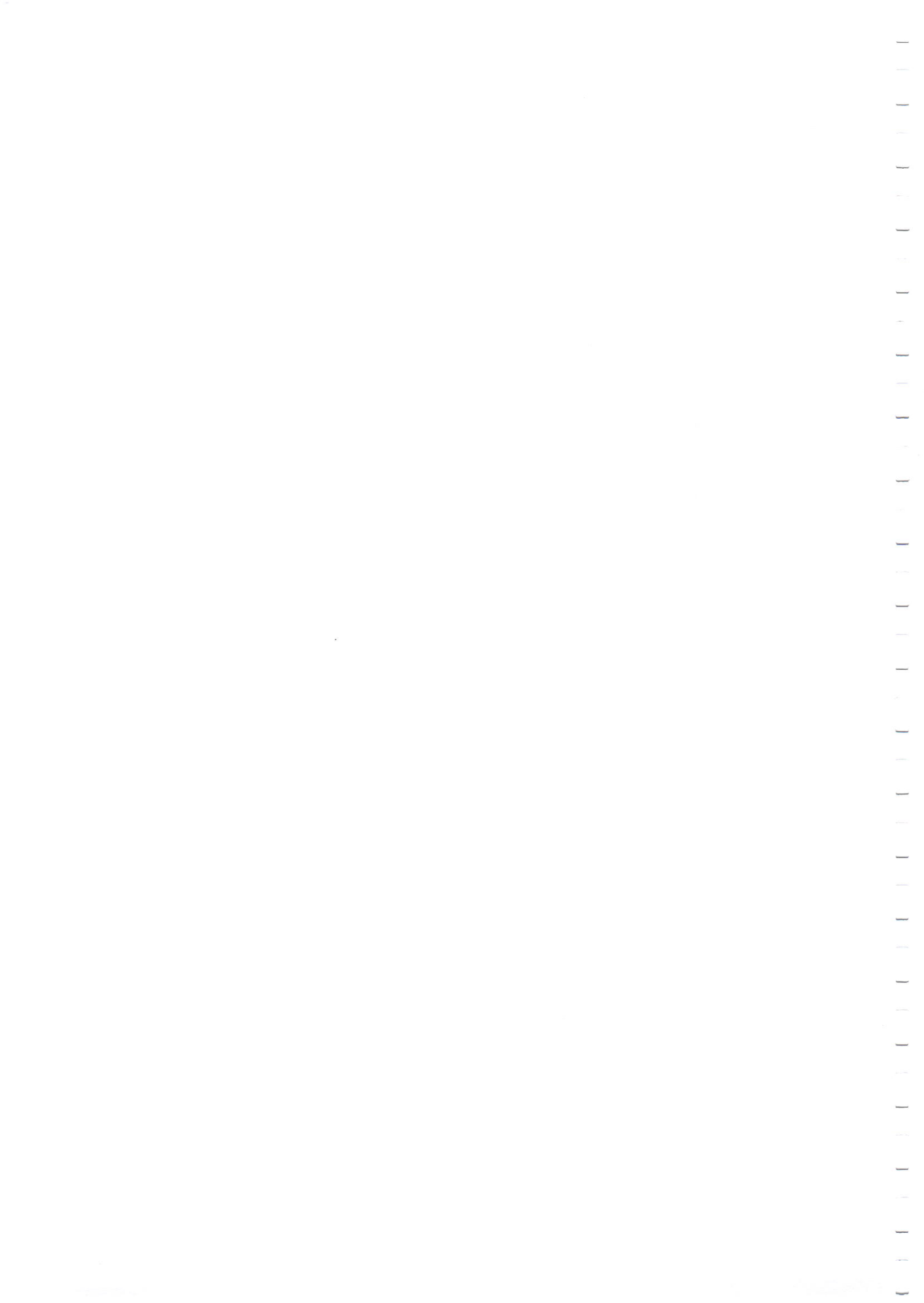
ประเทศสหรัฐอเมริกา มี Food and Drug Administration (FDA) เป็นหน่วยงานกำกับดูแล : กรณีมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ทำให้เข้าใจผิด FDA จะออกหนังสือเตือนถึงบริษัทยาผู้โฆษณาให้



ดำเนินการแก้ไข รวมถึงประกาศหนังสือเตือนดังกล่าวทางเว็บไซต์ หากบริษัทไม่ปฏิบัติตาม อาจมีมาตรการอื่น เช่น การยึด การสั่งห้ามโดยศาล

ประเทศออสเตรเลีย มี Therapeutic Good Administration (TGA) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพในทางบำบัดรักษา รวมถึงดำเนินการเกี่ยวกับข้อร้องเรียน มีเว็บไซต์สำหรับการร้องทุกข์ออนไลน์ แจ้งผลดำเนินการ ออกคำสั่ง แจ้งการละเมิด และเผยแพร่ในเว็บไซต์ต่อสาธารณะ

ประเทศแคนาดา มี Health Canada เป็นหน่วยงานคุ้มครองสุขภาพความปลอดภัยของประชาชน กรณีมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสม Health Canada จะใช้มาตรการขอความร่วมมือให้แก้ไขหรือหยุดการโฆษณา ติดตามผลการดำเนินการ ยึดวัสดุโฆษณา ตรวจสอบที่ ออกประกาศต่อสาธารณะ ดำเนินการทางคดี



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย รูปแบบการศึกษาวิจัย กลุ่มตัวอย่าง เกณฑ์คัดเข้า/เกณฑ์คัดออก ขอบเขตการศึกษาวิจัย วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการศึกษาวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงพรรณนา โดยดำเนินการเก็บตัวอย่างข้อมูลการโฆษณาทางเว็บไซต์แบบบังเอิญจำนวน 500 รายการ ระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562 ครอบคลุมทั้ง 7 วันของสัปดาห์

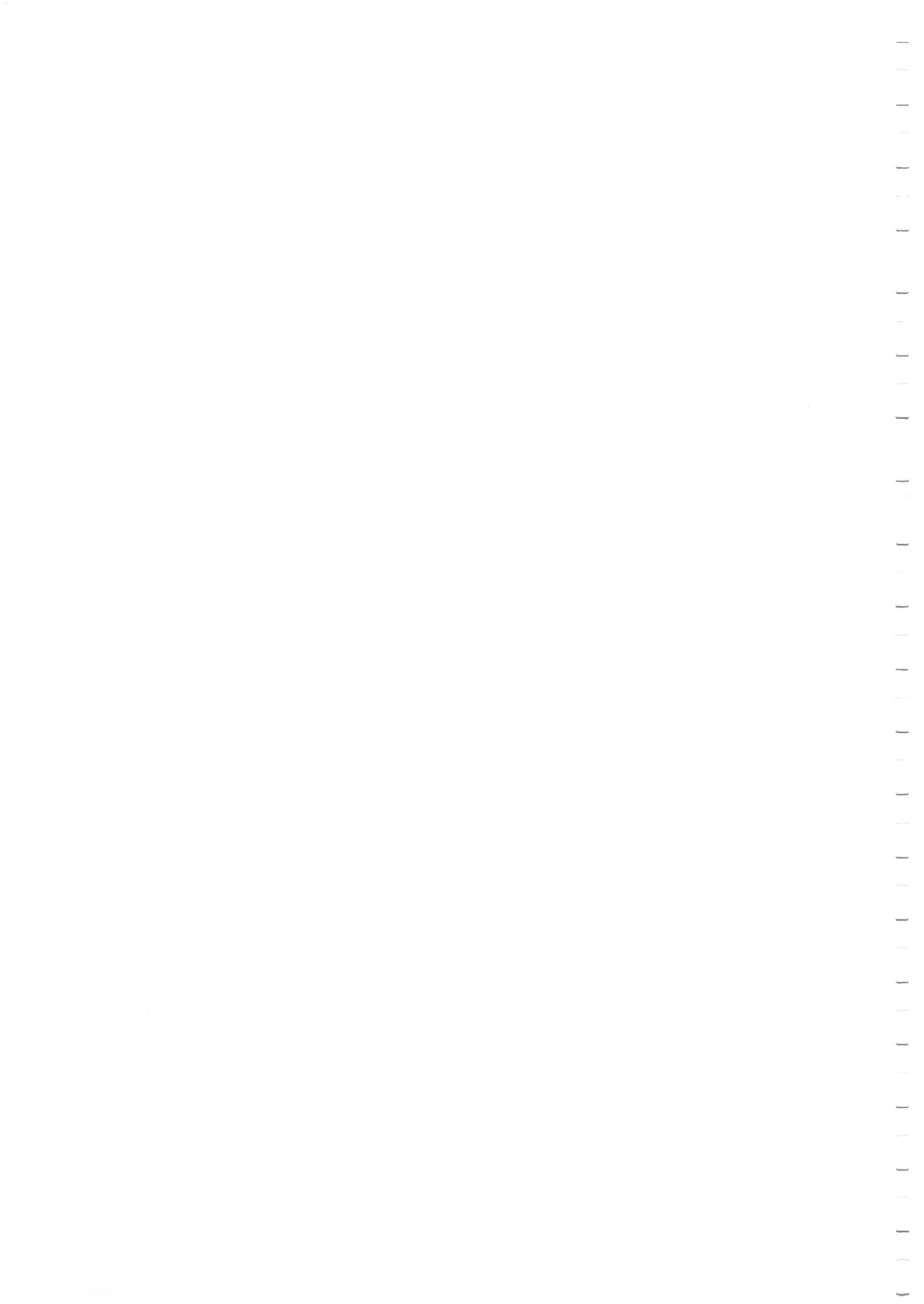
2. กลุ่มตัวอย่าง

การเก็บและบันทึกข้อมูลการโฆษณาขายยาออนไลน์แบบบังเอิญจากเว็บไซต์หลักซึ่งบริษัทเจ้าของยาจัดทำขึ้น เว็บไซต์ทั่วไป (เว็บไซต์เกี่ยวกับสุขภาพ และเว็บไซต์ราชการ) เว็บไซต์ e-marketplace เว็บไซต์ social media และเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์หรือร้านขายยาออนไลน์ จำนวน 500 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562 ครอบคลุมทั้ง 7 วันของสัปดาห์ โดยสืบค้นผ่าน Browser ได้แก่ Google และบันทึกข้อมูลชื่อเว็บไซต์ ชื่อยา และหน้าโฆษณา ผู้วิจัยนำการข้อมูลโฆษณามาประเมินความถูกต้องตามกฎหมาย ด้านทะเบียนตำรับยา(พบ/ไม่พบข้อมูลทะเบียนตำรับยา) โดยสืบค้นข้อมูล “ตรวจสอบผลิตภัณฑ์” จากเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รูปแบบของสื่อ และเนื้อหาโฆษณา โดยใช้แบบเก็บตัวอย่างการโฆษณาขายยาออนไลน์และแบบตรวจสอบข้อความโฆษณาประเมิน “การโฆษณาขายยาทางสื่อออนไลน์” วิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาในรูปแบบร้อยละ และวิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในแง่กฎหมายและรูปแบบ เพื่อสำรวจสถานการณ์ปัญหาการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย ระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562 กลุ่มตัวอย่าง คือ การโฆษณาขายยาทางเว็บไซต์ต่างๆ หรือทางสื่อออนไลน์

3. เกณฑ์คัดเข้า/เกณฑ์คัดออก

ในการคัดเข้าและคัดออกตัวอย่างที่เก็บมาจำนวน 500 รายการ มีเกณฑ์ดังนี้

เกณฑ์คัดเข้า กรณีเป็นการโฆษณาขายยาทางสื่อออนไลน์เฉพาะการโฆษณาแผนปัจจุบัน ซึ่งสืบค้นข้อมูล “ตรวจสอบผลิตภัณฑ์” จากเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา



http://porta.fda.moph.go.th/FDA_SEARCH_ALL/MAIN/SEARCH_CENTER_MAIN.aspx

ว่ามีชื่อยาและเลขทะเบียนตำรับยา รวมถึงกรณีการโฆษณาที่กล่าวอ้างข้อบ่งใช้ในทางบำบัดรักษา และ
ไม่มีการจดแจ้งหรือขึ้นทะเบียนว่าเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพประเภทอื่น และเข้านิยามคำว่า“ยา”ตามมาตรา
4 แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม

เกณฑ์คัดออก กรณีวิเคราะห์และสืบค้นข้อมูล “ตรวจสอบผลิตภัณฑ์” จากเว็บไซต์สำนักงาน
คณะกรรมการอาหารและยา

http://porta.fda.moph.go.th/FDA_SEARCH_ALL/MAIN/SEARCH_CENTER_MAIN.aspx แล้ว

พบมีเลขสารบบ/เลขจดแจ้งของอาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ หรือผลิตภัณฑ์สมุนไพร

4. ขอบเขตการศึกษาวิจัย

ศึกษาเฉพาะการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย ไม่รวมถึงการขายยาออนไลน์ และการ
โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น (อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ และผลิตภัณฑ์สมุนไพร)

5. วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

1. จัดทำโครงการศึกษาวิจัย
2. จัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและหาคุณภาพของเครื่องมือ
3. ดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิเคราะห์ข้อมูล
5. อภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา
6. สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

6. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

1. อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตสำหรับการเก็บกลุ่มตัวอย่างการโฆษณาทาง
อินเทอร์เน็ต ครอบคลุมทั้งสัปดาห์ ในระหว่างวันที่ 15-21 พฤศจิกายน 2562 รวม 7 วัน วันละ 60
รายการ และวันที่ 22 พฤศจิกายน 2562 จำนวน 80 รายการ รวม 500 รายการ

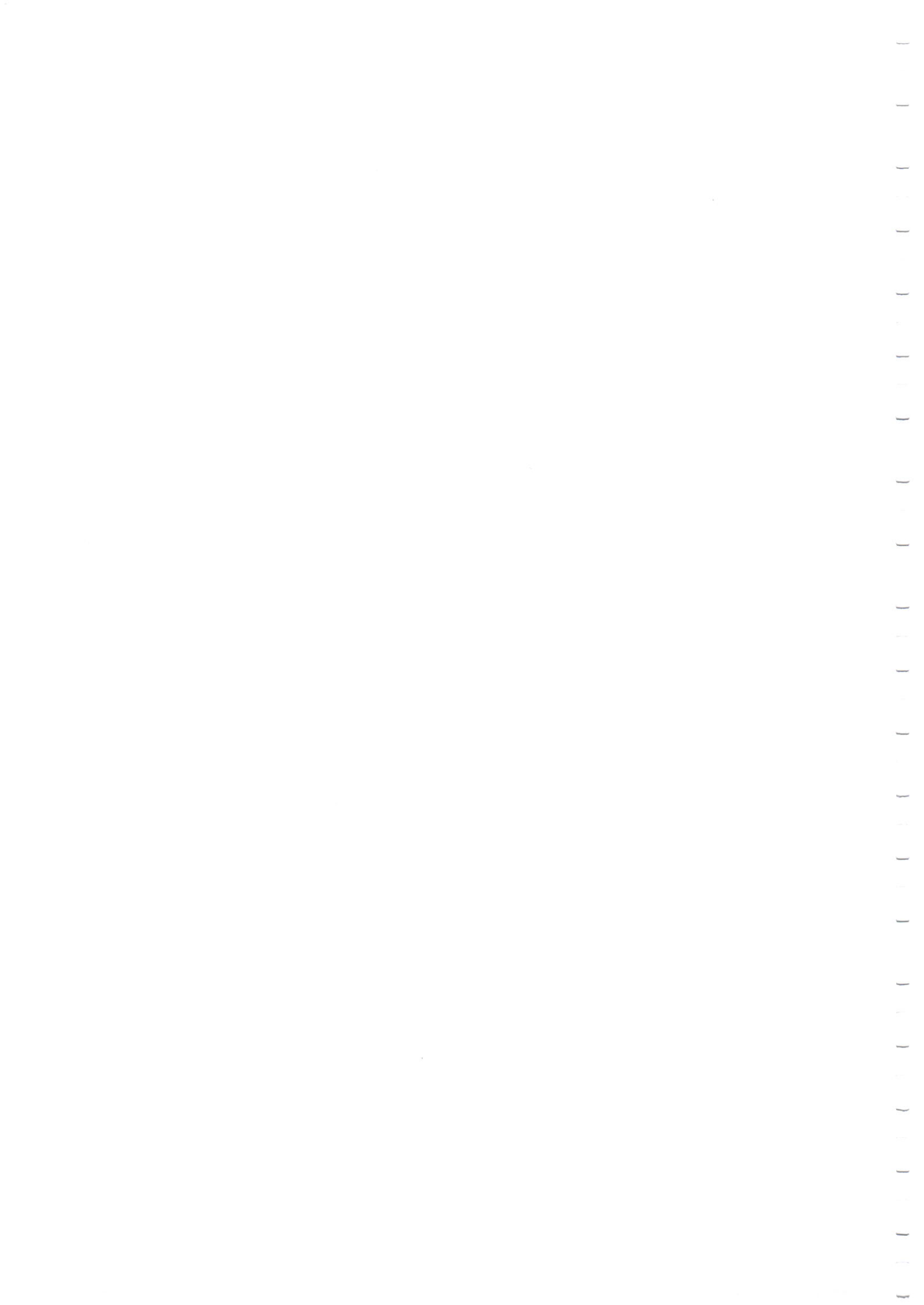


2. แบบเก็บตัวอย่างการโฆษณาขายยาออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย วันที่ตรวจสอบ ชื่อเว็บไซต์/URL ชื่อผลิตภัณฑ์ เลขทะเบียนตำรับยา/เลขสารบบ/เลขจดแจ้ง ข้อความโฆษณาและหน้าโฆษณา รายละเอียดตามภาคผนวก 1

3. แบบตรวจสอบข้อความโฆษณา ซึ่งประกอบด้วย วันที่ตรวจสอบ ชื่อเว็บไซต์/URL ชื่อผลิตภัณฑ์ เลขทะเบียนตำรับยา/เลขสารบบ/เลขจดแจ้ง ข้อความโฆษณาและหน้าโฆษณา ประเภทของผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประเภทของยา ผู้โฆษณา เลขที่ใบอนุญาตโฆษณา ผลการตรวจสอบและมาตราตามพระราชบัญญัติยาที่เกี่ยวข้อง รายละเอียดตามภาคผนวก 2

3. ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยระยะสั้น ระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562 เท่านั้น แต่ได้ออกแบบให้ครอบคลุมทั้ง 7 วันของสัปดาห์



บทที่ 4

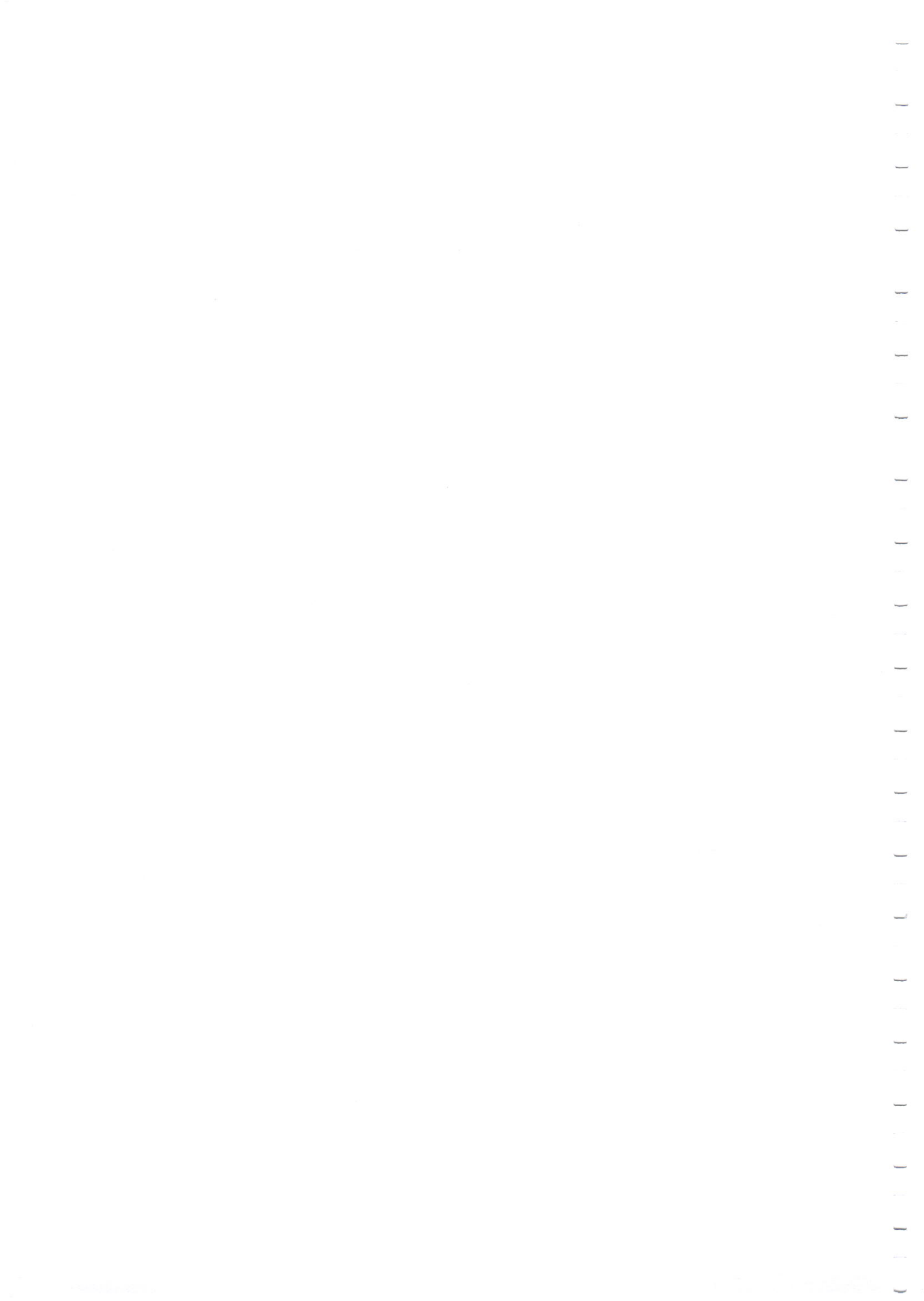
ผลการศึกษาวิจัยและอภิปรายผล

การสุ่มเก็บตัวอย่างการโฆษณาขายยาออนไลน์แบบบังเอิญ จำนวน 500 รายการ จากเว็บไซต์ต่างๆ ตั้งแต่วันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562 ครบคลุมทั้ง 7 วันของสัปดาห์ เป็นการเก็บข้อมูลการโฆษณาขายยาทางสื่อออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ได้แก่ รูปแบบ และเนื้อหาการโฆษณาในด้านกฎหมาย และแสดงตัวอย่างการโฆษณาออนไลน์ ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์สถานการณ์และแนวทางการจัดการปัญหา ดังนี้

1. ผลการศึกษาวิจัย
 - 1.1 การดำเนินการตามเกณฑ์คัดเข้า/คัดออก และตัวอย่าง
 - 1.2 สถานการณ์การโฆษณาขายยาออนไลน์
 - 1.3 การโฆษณาขายยาที่ถูกกฎหมายไม่พบข้อบกพร่อง และตัวอย่าง
 - 1.4 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย : ยาที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้ว และตัวอย่าง
 - 1.5 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย : ไม่พบข้อมูลทะเบียนตำรับยา และตัวอย่าง
 - 1.6 อื่นๆ : การรีวิวประสบการณ์การรักษา
 - 1.7 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายจำแนกตามรูปแบบของการโฆษณา
 - 1.8 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายจำแนกตามช่องทางของการโฆษณา
 - 1.9 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายจำแนกตามประเภทของผู้โฆษณา
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะการศึกษาวิจัย

1. ผลการศึกษาวิจัย

จากตัวอย่างการโฆษณาออนไลน์จำนวน 500 รายการที่เก็บจากเว็บไซต์หลัก (ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่บริษัทเจ้าของยาเป็นผู้จัดทำ) เว็บไซต์ทั่วไป (ได้แก่ เว็บไซต์เกี่ยวกับสุขภาพ และเว็บไซต์ราชการ) เว็บไซต์ e-marketplace และเว็บไซต์ social media ร้านค้าออนไลน์หรือร้านขายยาออนไลน์) บันทึกข้อมูลเลขรหัสตัวอย่าง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ประเภทผลิตภัณฑ์ และข้อความโฆษณาเพื่อคัดกรองเฉพาะการโฆษณาขายยาตามพระราชบัญญัติยา



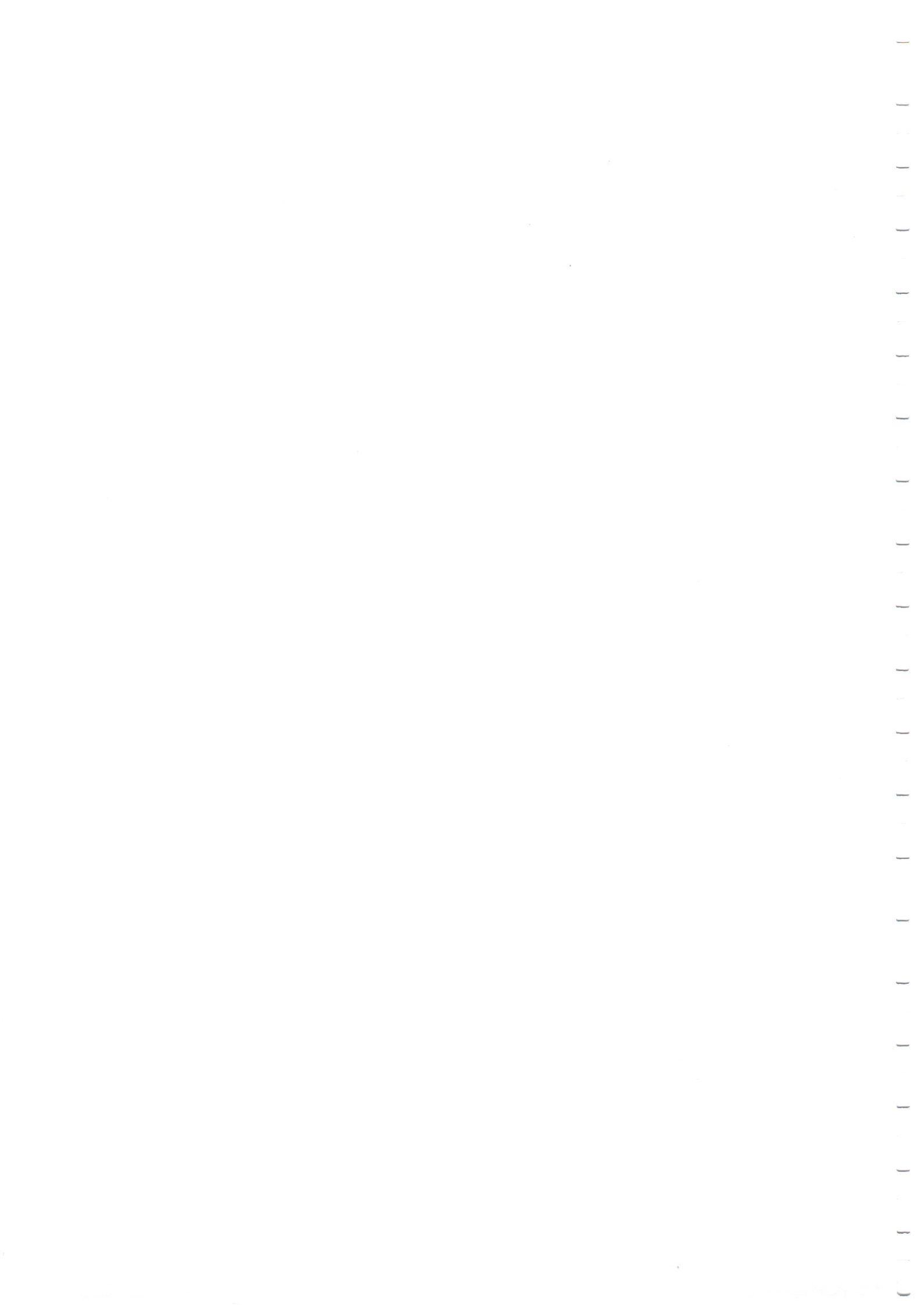
ในจำนวนการโฆษณาออนไลน์ 500 รายการ มีการโฆษณาออนไลน์ที่ทำให้เข้าใจว่าเป็นการโฆษณาฯ แสดงข้อความโฆษณาในลักษณะบรรเทา รักษาโรคหรืออาการของโรค มุ่งหมายทำให้เข้าใจว่าเป็นยา พิจารณาจำแนกตามข้อความโฆษณา จำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. เป็นการโฆษณาที่แสดงข้อความมุ่งหมายว่าเป็นยา แสดงเลขทะเบียนตำรับยา/เลขสารบบ/เลขจดแจ้ง ตามประเภทผลิตภัณฑ์
2. เป็นการโฆษณาที่แสดงข้อความมุ่งหมายเป็นยา ไม่มีแสดงเลขทะเบียนตำรับยา/เลขสารบบ/เลขจดแจ้ง ตามประเภทผลิตภัณฑ์

จึงดำเนินการตามเกณฑ์คัดเข้า/เกณฑ์คัดออก เมื่อแยกตัวอย่างตามเกณฑ์การคัดเข้าและเกณฑ์การคัดออก พบประเภทผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์คัดเข้าเป็นการโฆษณาขายยา 451 รายการ (ร้อยละ 90.2) และตามเกณฑ์คัดออก กรณีเป็นการโฆษณาในลักษณะกล่าวอ้างสรรพคุณในทางยา 49 รายการ การโฆษณาเครื่องสำอาง 16 รายการ (ร้อยละ 2.4) การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ 12 รายการ (ร้อยละ 3.2) การโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพร 7 รายการ (ร้อยละ 1.4) การโฆษณาอาหาร 3 รายการ (ร้อยละ 0.6) และการโฆษณาที่จำเป็นต้องตรวจสอบเพิ่มเติม 11 รายการ (ร้อยละ 2.2) ตามตาราง 7 ประเภทผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ตรวจพบการโฆษณาทางสื่อออนไลน์ระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562

ตาราง 7 ประเภทผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ตรวจพบการโฆษณาทางสื่อออนไลน์
ระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562

| ประเภทผลิตภัณฑ์ | จำนวนที่ตรวจทั้งหมด (รายการ) | % |
|------------------|------------------------------|------|
| ยา | 451 | 90.2 |
| เครื่องสำอาง | 16 | 3.2 |
| เครื่องมือแพทย์ | 12 | 2.4 |
| ตรวจสอบเพิ่ม | 11 | 2.2 |
| ผลิตภัณฑ์สมุนไพร | 7 | 1.4 |
| อาหาร | 3 | 0.6 |
| ผลรวมทั้งหมด | 500 | 100 |



1.1 การดำเนินการตามเกณฑ์คัดเข้า/เกณฑ์คัดออก และตัวอย่าง ได้ดำเนินการตามเกณฑ์คัดเข้าและเกณฑ์การคัด ดังต่อไปนี้

การโฆษณาออนไลน์ที่อยู่ในเกณฑ์คัดเข้า คือ การโฆษณาที่สืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลตรวจสอบการอนุญาตผลิตภัณฑ์แล้วพบว่ามีเลขทะเบียนตำรับยา หรือการโฆษณาที่มุ่งหมายว่าเป็นยาซึ่งสืบค้นข้อมูลแล้วไม่พบเลขสารบบ/เลขจดแจ้ง จำนวนทั้งหมด 451 รายการ แบ่งตัวอย่างตามประเภทยา ยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษ ยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ และยาสามัญประจำบ้าน ตัวอย่างเช่น

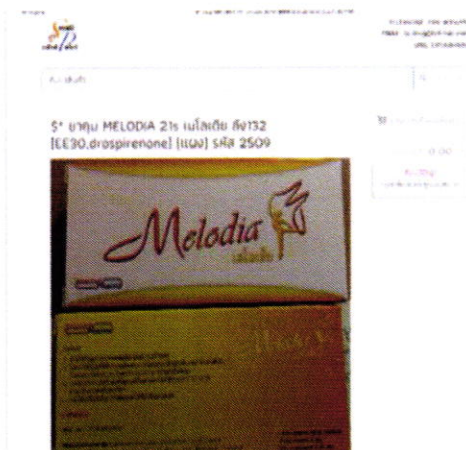
1.1.1 การดำเนินการตามเกณฑ์คัดเข้า และตัวอย่าง

(1) การโฆษณาออนไลน์ตามเกณฑ์คัดเข้าที่เป็นยาอันตราย จำนวน 1 รายการ

(ก) รหัส 15.11.62.1 : Melodia

ผลการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ เลขทะเบียนตำรับยาที่ 2 C8/54
ข้อความโฆษณา ยาคุมกำเนิดMELODIA 21 s เมโลเดีย ลัง 132... และภาพกล่องยาและข้อความบนกล่องยา สัญลักษณ์ของยา

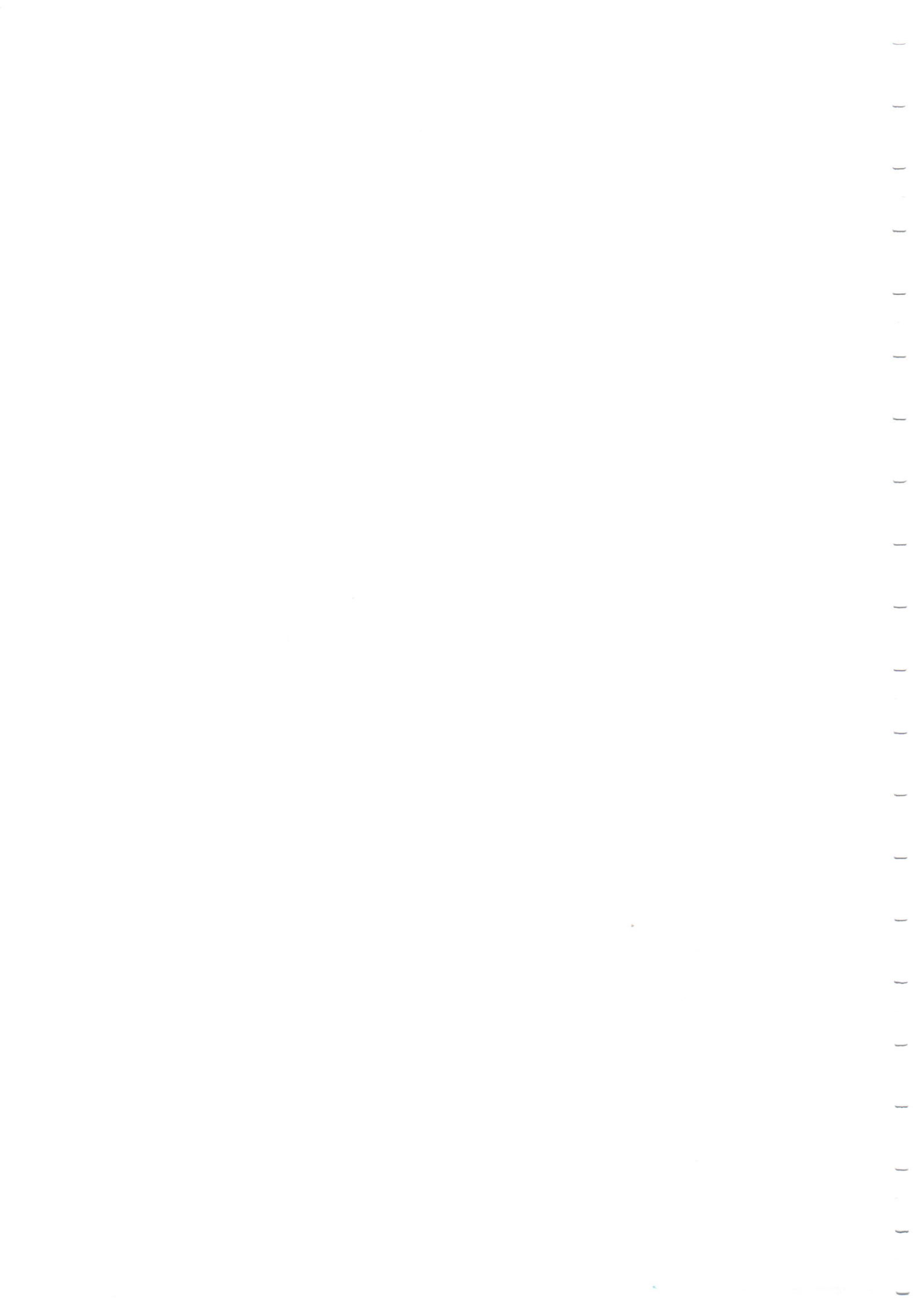
ภาพ 8 การโฆษณายา Melodia



ภาพ 9 ผลการสืบค้นข้อมูลยา Melodia

The image shows a screenshot of the Thai Drug Database (กรมการสาธารณสุข) search results for Melodia. The search criteria are: 'ชื่อสามัญ' (Generic Name) is 'drospirenone', 'ยี่ห้อ' (Brand) is 'melodia', and 'ขนาด' (Dosage) is '21s'. The results table shows the following information:

| เลขสารบบ | ยี่ห้อ/ชื่อการค้า | ผู้ผลิต/บริษัท | ชื่อการค้า | ขนาด | เลขที่ | วันที่ |
|----------|-------------------|-----------------------|------------|------|------------|----------|
| 21940 | melodia | บริษัท เมโลเดีย จำกัด | เมโลเดีย | 21s | 1007034887 | 13/11/54 |
| 21941 | melodia | บริษัท เมโลเดีย จำกัด | เมโลเดีย | 21s | 1007034887 | 13/11/54 |



(2) การโฆษณาออนไลน์ตามเกณฑ์ตัดเข้าที่เป็นยาควบคุมพิเศษ จำนวน 1 รายการ

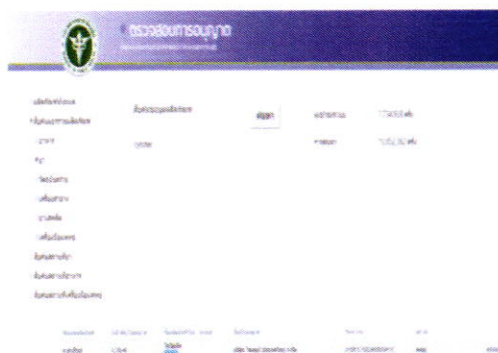
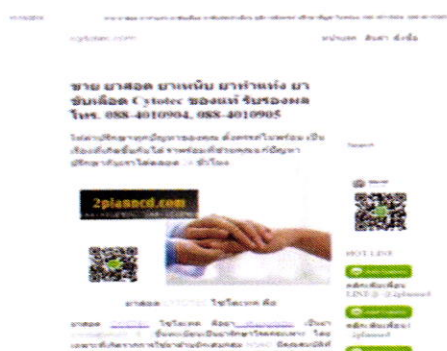
(ก) รหัส 15.11.62(2) : Cytotec

ผลการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ เลขทะเบียนตำรับยาที่ 1C 38/46

ข้อความโฆษณา ขายยาสอด ยาเหน็บ ยาทำแท้ง ยาขับเลือด Cytotec ของแท้ รับรอง
ผล โทร ...ให้คำปรึกษาทุกปัญหาของคุณ ตั้งครรภ์ไม่พร้อม...

ภาพ 10 การโฆษณายา Cytotec

ภาพ 11 ผลการสืบค้นข้อมูลยา Cytotec



(3) การโฆษณาออนไลน์ตามเกณฑ์ตัดเข้าที่เป็นยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ จำนวน 1 รายการ

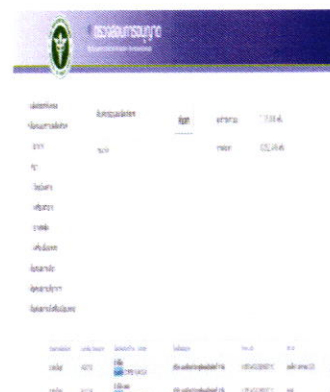
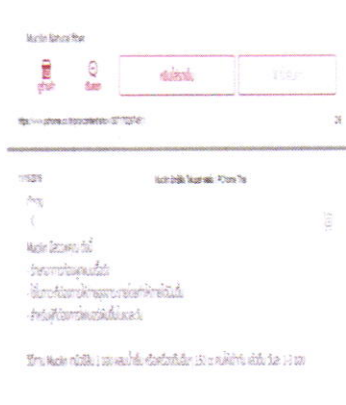
(ก) รหัส 15.11.62.4 : Mucilin

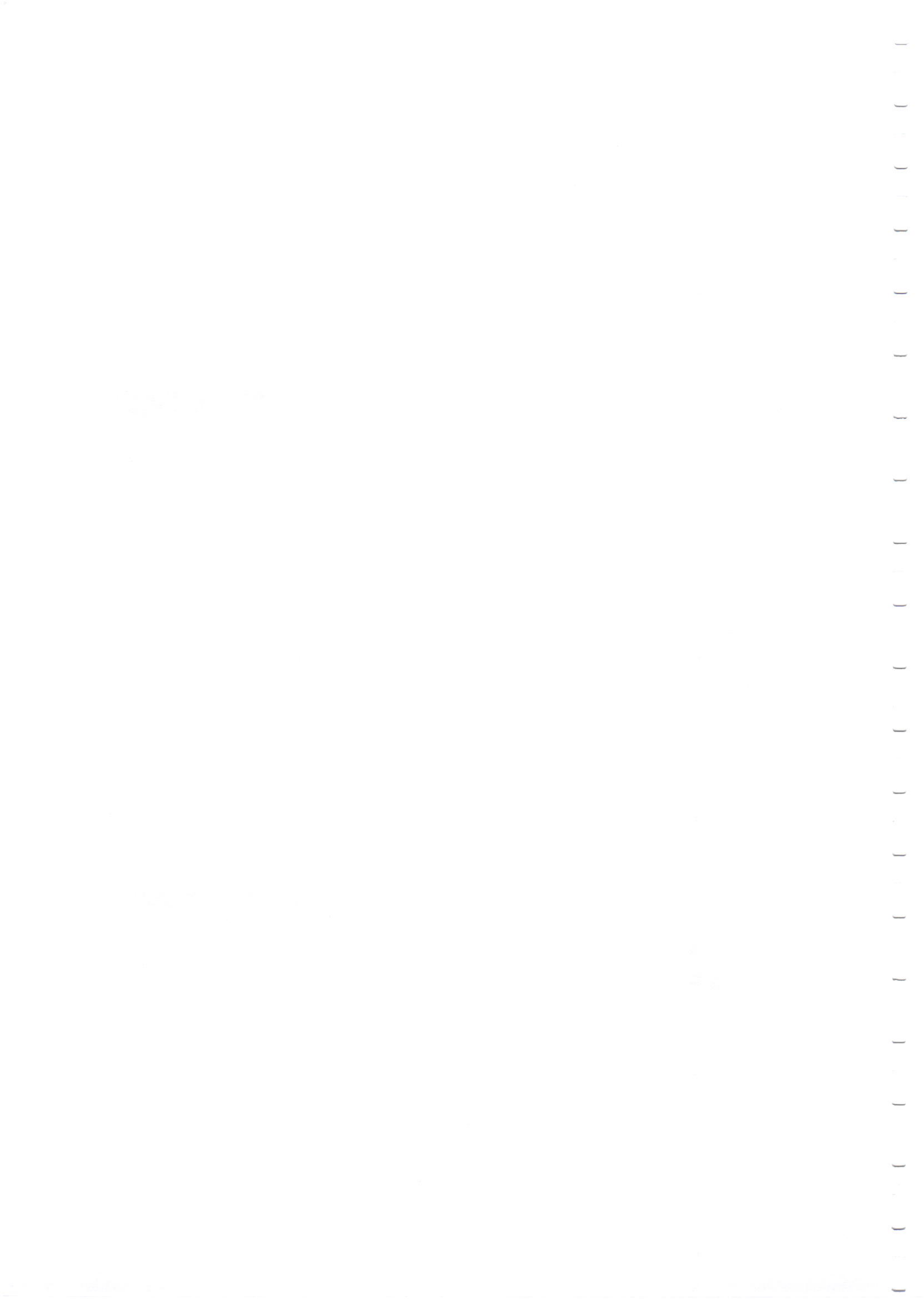
ผลการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ เลขทะเบียนตำรับยาที่ 1A 537/34

ข้อความโฆษณา รักษาอาการท้องผูกแบบเรื้อรัง ใช้ในภาวะที่ต้องการให้ถ่ายอุจจาระง่าย

ภาพ 12-13 การโฆษณายา Mucilin

ภาพ 14 ผลการสืบค้นข้อมูล Mucilin





(4) การโฆษณาออนไลน์ตามเกณฑ์คัดเข้าที่เป็นยาสามัญประจำบ้าน จำนวน 1 รายการ

(ก) รหัส 15.11.62.11 : KLEAN&KARE

ผลการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ เลขทะเบียนตำรับยาที่ 1A 80/62

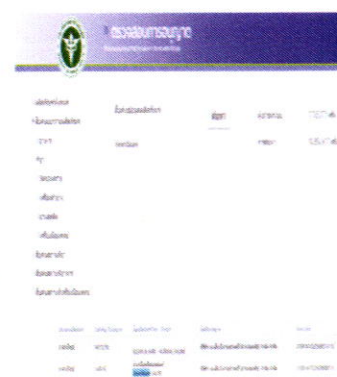
ข้อความโฆษณา

ใช้สวนล้างโพรงจมูก เพื่อลดอาการคัดจมูก ละลายน้ำมูก เชื้อแบคทีเรีย

ภาพ 15-16 การโฆษณา ยา KLEAN&KARE



ภาพ 17 ผลการสืบค้นข้อมูล ยา KLEAN&KARE



1.1.2 ตัวอย่างตามเกณฑ์คัดออก

การโฆษณาออนไลน์ที่อยู่ในเกณฑ์คัดออก แยกประเภทผลิตภัณฑ์โดยสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลตรวจสอบการอนุญาตผลิตภัณฑ์แล้ว พบว่ามีเลขสารบบ หรือเลขจดแจ้งของอาหาร หรือเครื่องสำอาง หรือเครื่องมือแพทย์ หรือผลิตภัณฑ์สมุนไพรตามกฎหมายเฉพาะ จำนวน 49 รายการ แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- (1) เครื่องสำอาง 16 รายการ
- (2) เครื่องมือแพทย์ 12 รายการ
- (3) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร 7 รายการ
- (4) อาหาร 3 รายการ และ
- (5) ต้องตรวจสอบเพิ่ม 11 รายการ

ยกตัวอย่าง เช่น



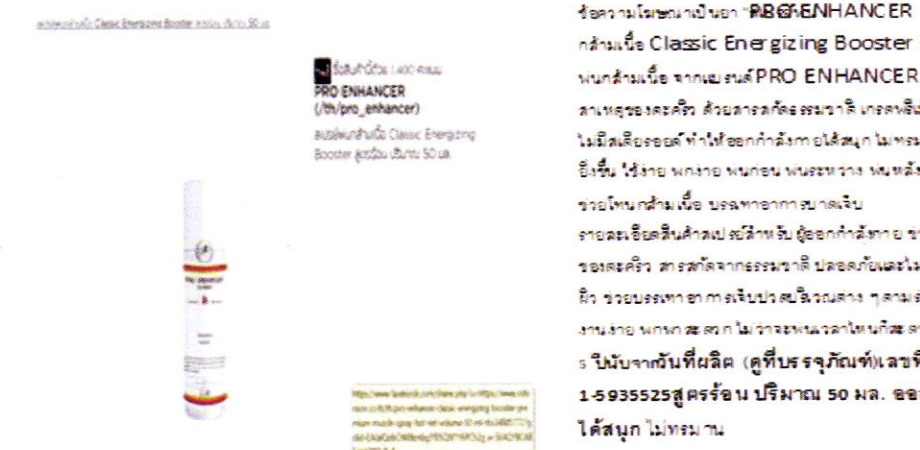
(1) การโฆษณาออนไลน์ตามเกณฑ์คัดออกที่เป็นเครื่องสำอาง จำนวน 1 รายการ

(ก) รหัส 16.11.62.43 : PRO ENHANCER :

ผลการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ เลขจดแจ้งเครื่องสำอางที่ 10-1-5935525

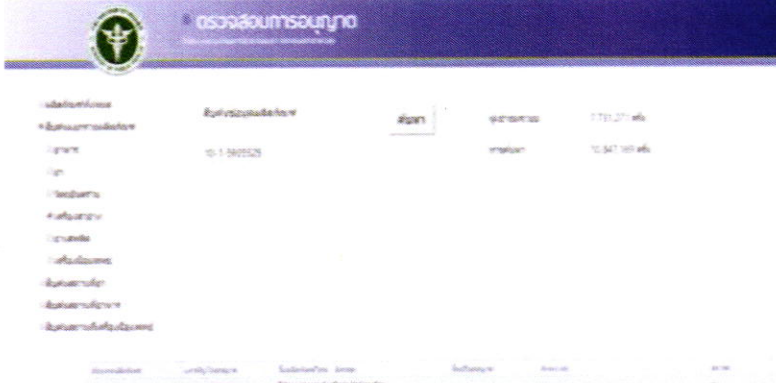
ข้อความโฆษณา PRO ENHANCER สเปรย์พ่นกล่อมเนื้อ...สูตรร้อน สำหรับผู้ออกกำลังกาย ช่วยกำจัดสาเหตุของตะคริว ด้วยสารสกัดพรีเมียม ไม่มียาชา ไม่มีสเตียรอยด์ ทำให้ออกกำลังกายได้สนุก ไม่ทรมาน มีพลังมากยิ่งขึ้น ใช้ง่าย พกง่าย พ่นก่อน พ่นระหว่าง พ่นหลังออกกำลังกาย ช่วยโทนกล่อมเนื้อ บรรเทาอาการบาดเจ็บ...ช่วยบรรเทาอาการเจ็บปวดบริเวณต่างๆตามร่างกายตามร่างกาย...

ภาพ 18-19 การโฆษณา PRO ENHANCER



ชื่อความโฆษณาเป็นเอก PRO ENHANCER
 กล่อมเนื้อ Classic Energizing Booster ;
 พ่นกล่อมเนื้อ จากแบรนด์ PRO ENHANCER
 สาเหตุของตะคริว ด้วยสารสกัดพรีเมียม ไม่มียาชา ไม่มีสเตียรอยด์ ทำให้ออกกำลังกายได้สนุก ไม่ทรมาน
 ยิ่งขึ้น ใช้ง่าย พกง่าย พ่นก่อน พ่นระหว่าง พ่นหลัง
 ออกกำลังกาย บรรเทาอาการบาดเจ็บ
 ราวตะคริว อึดขึ้นคิดเปลี่ยนใจพ่น ผู้ออกกำลังกาย ออ
 รของตะคริว สารสกัดจากธรรมชาติ ปลอดภัยต่อเม
 มีร ช่วยบรรเทาอาการเจ็บปวดบริเวณต่างๆ ตามสร
 ่างกาย พกพกสะดวก ไม่จระจกหน้าเวลาพ่นก็สร
 ะ ปลอดภัยที่ผลิต (คู่มือบรรจุภัณฑ์) เลขที่
 1-5935525 สูตรร้อน ปริมาณ 50 มล. ออก
 ได้สนุก ไม่ทรมาน

ภาพ 20 ผลการสืบค้นข้อมูล PRO ENHANCER



ตรวจสอบข้อมูล
 ชื่อผลิตภัณฑ์: กล่อมเนื้อ Classic Energizing Booster
 เลขที่: 10-1-5935525
 วันที่: 09/04/2560
 สถานะ: 10,547,169 ชิ้น



(2) การโฆษณาออนไลน์ตามเกณฑ์คัดออกที่เป็นเครื่องมือแพทย์ จำนวน 1 รายการ

(ก) รหัส 21.11.62.40 : Merimer Hypertonic spray

ผลการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ เลขจดแจ้งเป็นเครื่องมือแพทย์ FR5604324

ข้อความโฆษณา

พ่นจมูก คัดจมูก ใช้ในผู้ที่มีอาการคัดจมูกที่เกิดจากการแพ้อากาศ

ไซนัสอักเสบ ช่วยป้องกันเยื่อเมือกในบริเวณโพรงจมูก แก้ไอขับเสมหะ

ภาพ 21-22 การโฆษณา Marimer Hypertonic spray

ภาพ 23 ผลการสืบค้นข้อมูล
Merimer Hypertonic spray



(3) การโฆษณาออนไลน์ตามเกณฑ์คัดออกที่เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวน 1 รายการ

(ก) รหัส 19.11.62.37 : YIGANERJING Antibactericidal Cream ครีมสมุนไพรจีน

ผลการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ ไม่พบเลขทะเบียนตำรับ มีส่วนประกอบของสมุนไพร อ้างสรรพคุณ

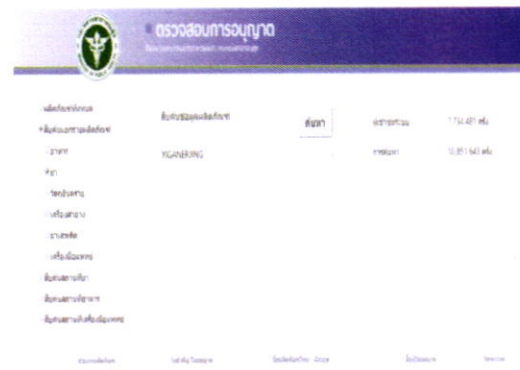
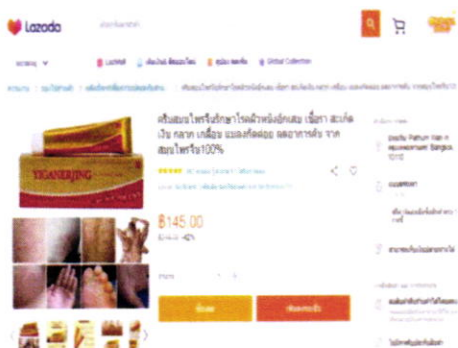
ในทางรักษาโรคของมนุษย์

ข้อความโฆษณา

ครีมสมุนไพรจีนรักษาโรคผิวหนังอักเสบ เชื้อรา สะเก็ดเงิน กลาก เกื้ออื่น

ภาพ 24 การโฆษณา YIGANERJING

ภาพ 25 ผลการสืบค้นข้อมูล YIGANERJING





(4) การโฆษณาออนไลน์ตามเกณฑ์คัดออก กรณีที่ต้องตรวจสอบเพิ่มเติม จำนวน 1 รายการ

(ก) รหัส 18.11.62.32 : Nuobisong cream/ Nuobisong Switzerland

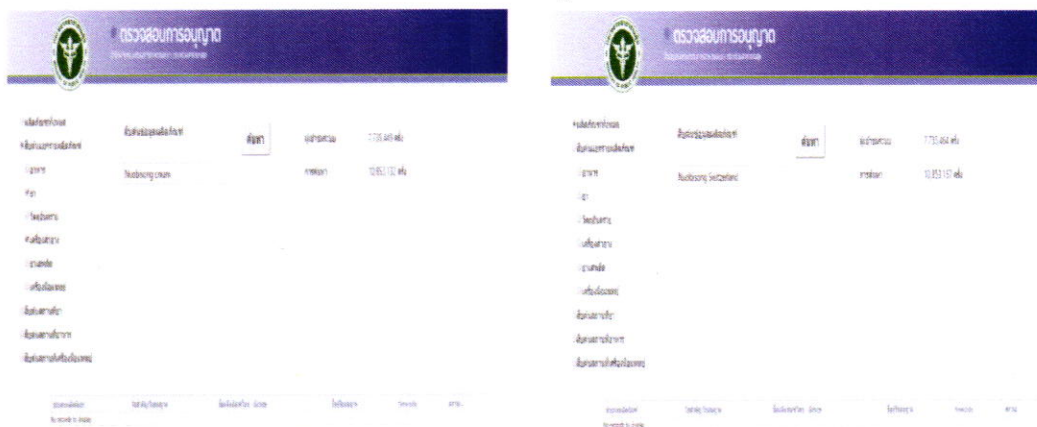
ผลการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ ไม่พบเลขทะเบียนตำรับยาหรือเลขจดแจ้งเครื่องมือแพทย์หรือเลขจดแจ้งเครื่องมือสำอาง ต้องตรวจสอบเพิ่มเติม

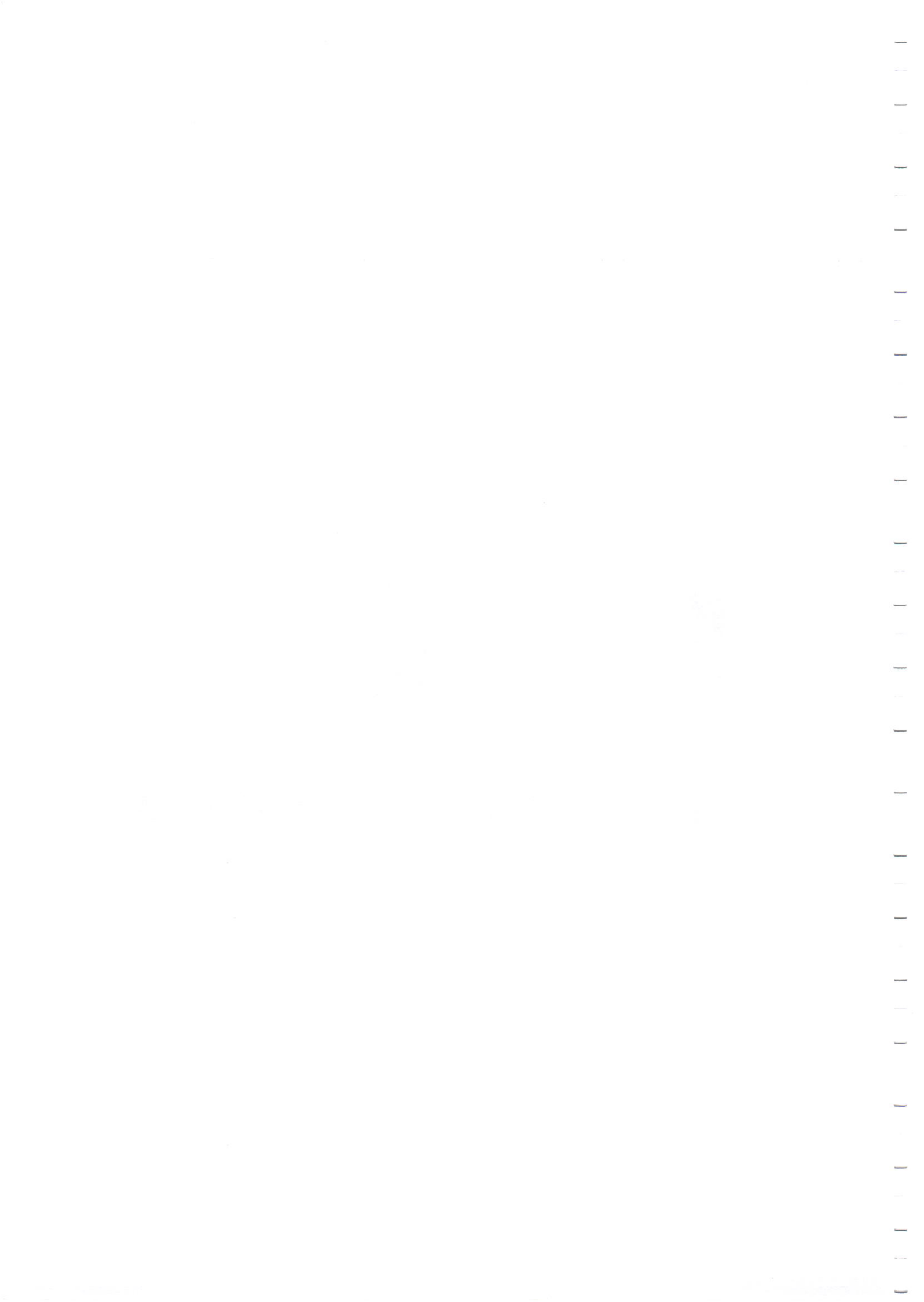
ข้อความโฆษณา Nuobisong Switzerland ลดรอยสิ่ว จุดต่างดำ รอยแผลเป็น แผลนูน แผลผ่าตัด Nuobisong เป็นธรรมชาติอันดับหนึ่งในการรักษาสิ่ว, แผลเป็น, น้ำร้อนลวก, Striae ของการตั้งครรภ์, แผลเป็นที่เกิดจากบาดแผลและรอยแตกกลายและรอยแตกกลาย...กำจัดสิ่วโดยไม่ระคายเคืองผิว ช่วยลดรอยแดงและขนาดของสิ่วอย่างเห็นชัด..รักษาสิ่ว

ภาพ 26-27 การโฆษณา Nuobisong cream



ภาพ 28-29 ผลการสืบค้นข้อมูล Nuobisong Cream

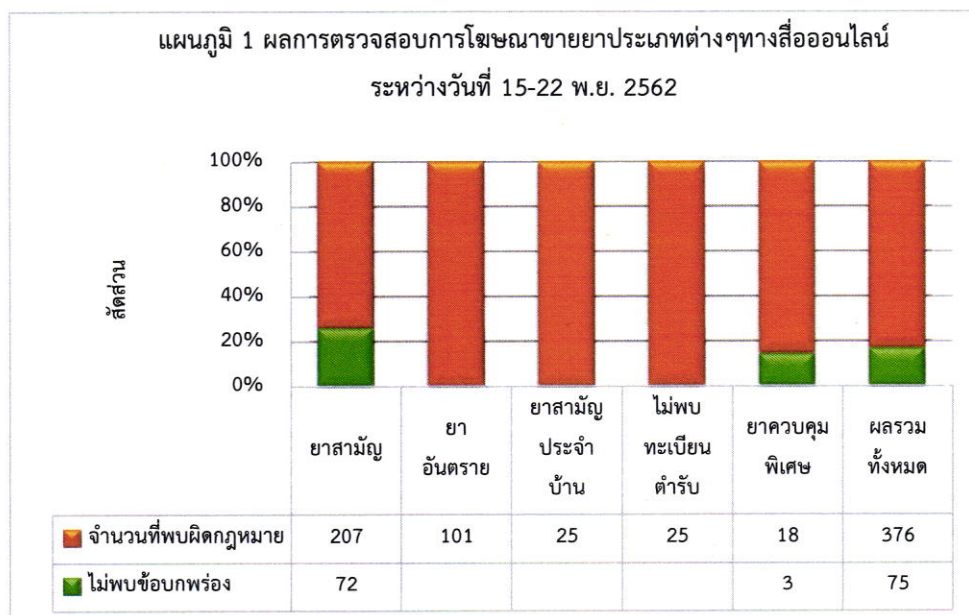




2.2 สถานการณ์การโฆษณาขายยาออนไลน์

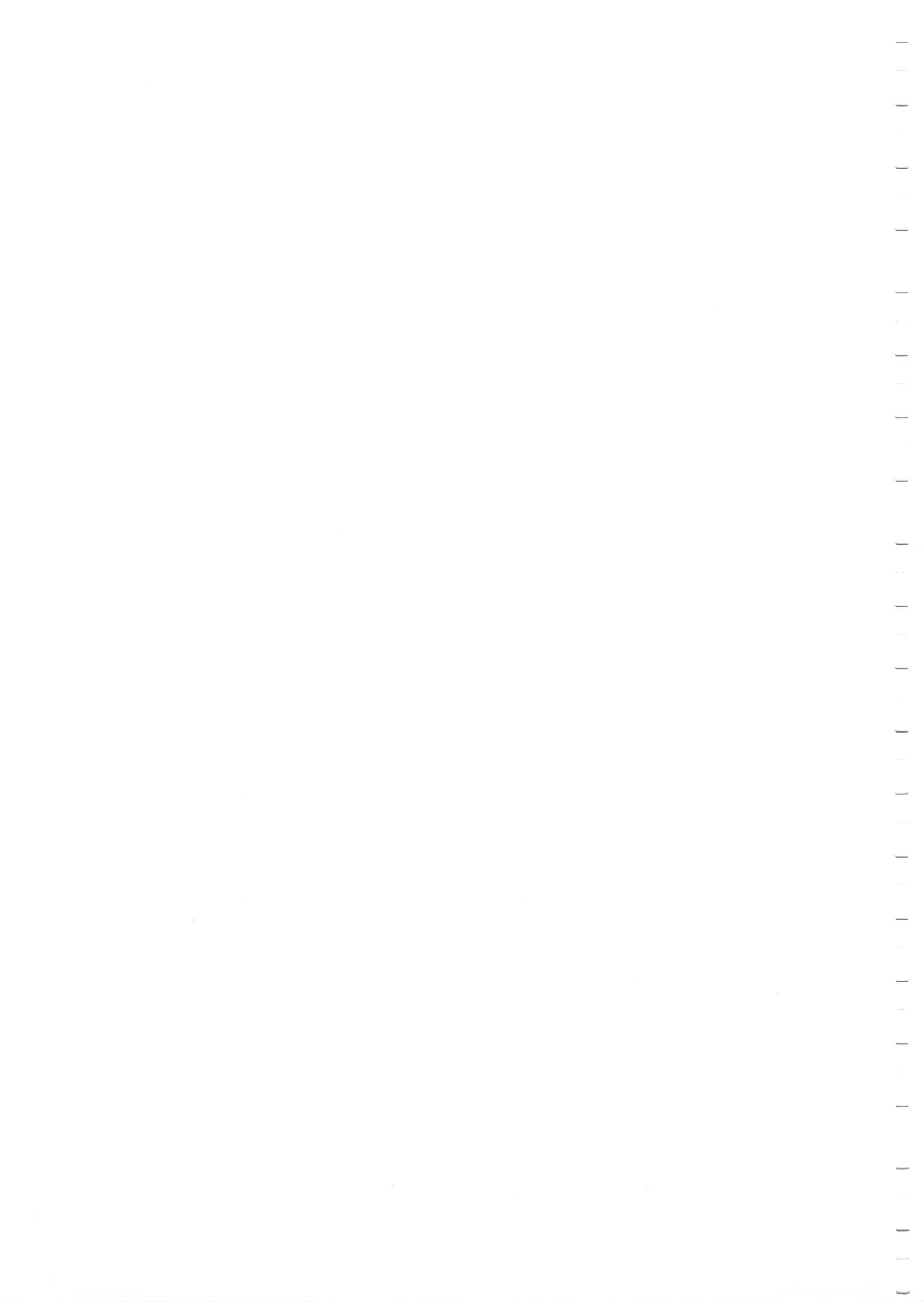
เนื่องจากการโฆษณาขายยาออนไลน์จัดเป็นการโฆษณาขายยาต่อประชาชนทั่วไป ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถโฆษณาขายยาออนไลน์ได้เฉพาะยาสามัญประจำบ้าน และยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ซึ่งตามมาตรา 88 ทวิ การโฆษณาขายยาต้องขออนุญาตโฆษณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตโฆษณาแล้วจึงจะโฆษณาได้ และจะต้องโฆษณาให้ตรงตามที่ได้รับอนุญาตโฆษณาไว้ ห้ามโฆษณาขายยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ ตามมาตรา 88(6) ห้ามการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ

จากผลการศึกษาพบสถานการณ์การโฆษณาขายยาออนไลน์ ดังนี้ จากกลุ่มตัวอย่างการโฆษณาขายยาจำนวน 451 รายการ จำแนกตามประเภทยาของการโฆษณาถูกกฎหมาย (ไม่พบข้อบกพร่อง) และโฆษณาผิดกฎหมาย รายละเอียดที่ปรากฏในแผนภูมิ 1 ผลการตรวจสอบการโฆษณายาประเภทต่างๆ ทางสื่อออนไลน์ ระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562



ผลการศึกษาตามแผนภูมิ 1 กลุ่มตัวอย่างการโฆษณาขายยาออนไลน์ จำนวน 451 รายการ จำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ขออนุญาตโฆษณายาแล้วไม่พบข้อบกพร่อง และเป็นยาที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้ว จำนวน 72 รายการ



2. การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย และเป็นยาที่ได้รับอนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้ว จำนวน 351 รายการ คิดเป็นร้อยละ 93.35 จำแนกเป็น
 - 2.1 ยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ จำนวน 207 รายการ
 - 2.2 ยาอันตราย จำนวน 101 รายการ
 - 2.3 ยาสามัญประจำบ้าน จำนวน 25 รายการ
 - 2.4 ยาควบคุมพิเศษ จำนวน 18 รายการ
3. การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย และไม่พบข้อมูลทะเบียนตำรับยาในฐานข้อมูลการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ จำนวน 25 รายการ คิดเป็นร้อยละ 6.64

ซึ่งจะแสดงตัวอย่างการโฆษณาขายยาที่ถูกต้องกฎหมาย/ไม่พบข้อบกพร่อง และการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายทั้งที่เป็นการโฆษณาขายยาที่ขึ้นทะเบียนตำรับแล้วโดยแยกตามประเภทยา และการโฆษณาขายยาที่ไม่พบข้อมูลการขึ้นทะเบียนตำรับ ต่อไป

1.3 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ถูกต้องกฎหมาย ไม่พบข้อบกพร่อง และตัวอย่าง

การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ถูกต้องกฎหมาย ไม่พบข้อบกพร่อง ที่เป็นภาพยนตร์โฆษณา และมีเลขที่ใบอนุญาตโฆษณา จำนวน 72 รายการ คือ

1.3.1 การโฆษณาขายยาสามัญประจำบ้าน หรือยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาซึ่งได้รับอนุญาตโฆษณาแล้ว จำนวน 72 รายการ

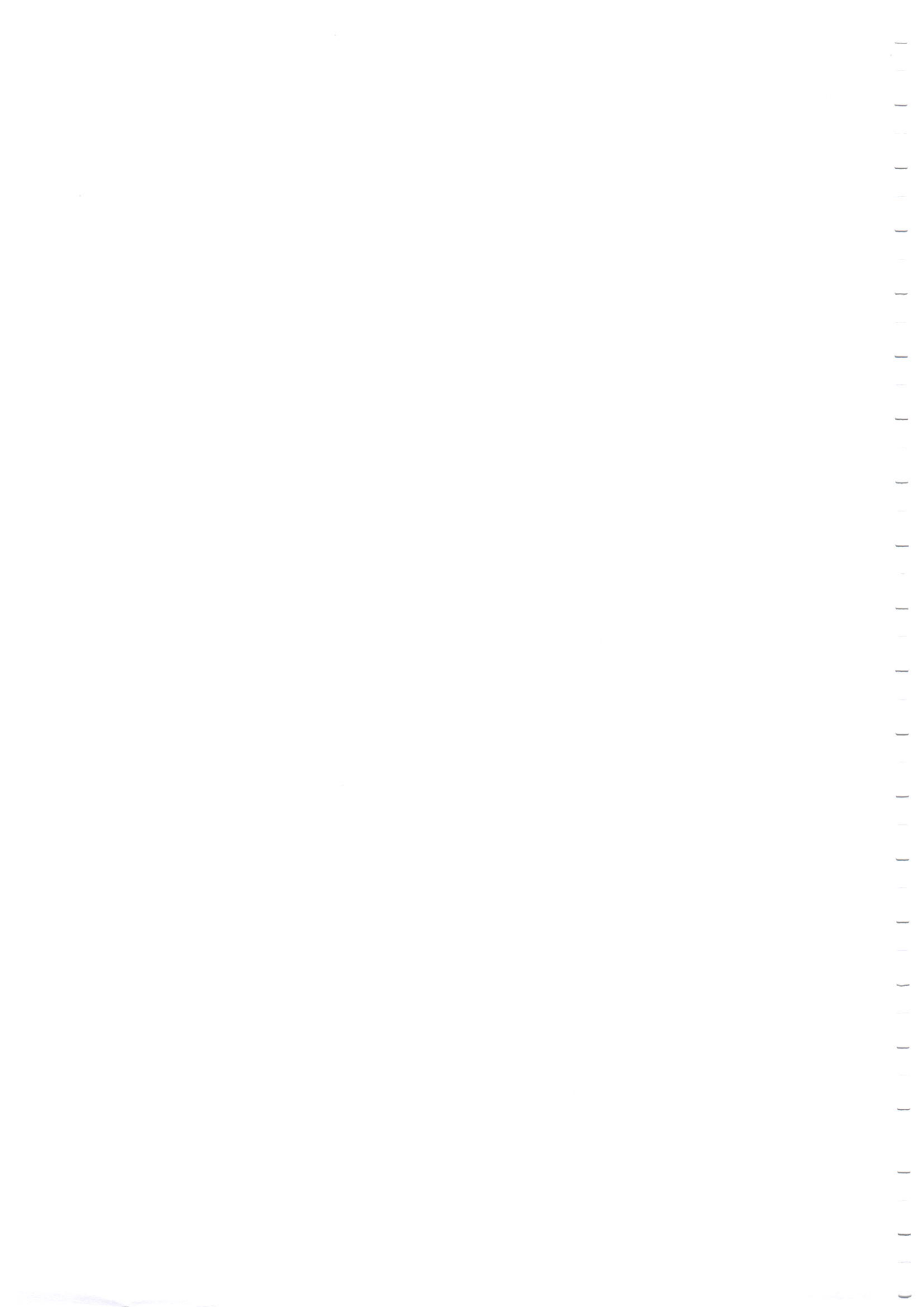
(1.3.1.1) ตัวอย่างการโฆษณาขายยาออนไลน์ในรูปแบบภาพยนตร์โฆษณา จำนวน 5 รายการ

(ก) รหัส 21.11.62.14 การโฆษณายา Alinamin EX Plus ทาง www.youtube.com ใบอนุญาตโฆษณาที่ ขท 25/2558

(ข) รหัส 22.11.62.23 การโฆษณายา ไทลินอล ทาง <https://www.painandpill.com/products> ใบอนุญาตโฆษณาที่ ขท 2485/2559

(ค) รหัส 19.11.62.6 การโฆษณายา อีลิอาดิน (0.05 %) ชนิดพ่น ทาง www.youtube.com ใบอนุญาตโฆษณาที่ ขท 1812/2560

(ง) รหัส 22.11.62.15 การโฆษณายา บีร็อคคา เพอฟอร์มานซ์ ทาง <https://www.berocca.co.th/> ใบอนุญาตโฆษณาที่ ขท 1652/2561



(จ) รหัส 22.11.62.20 การโฆษณา ยา แซมบัค ทาง <https://bayer.co.th/>
ใบอนุญาตโฆษณาที่ ขท 360/2562

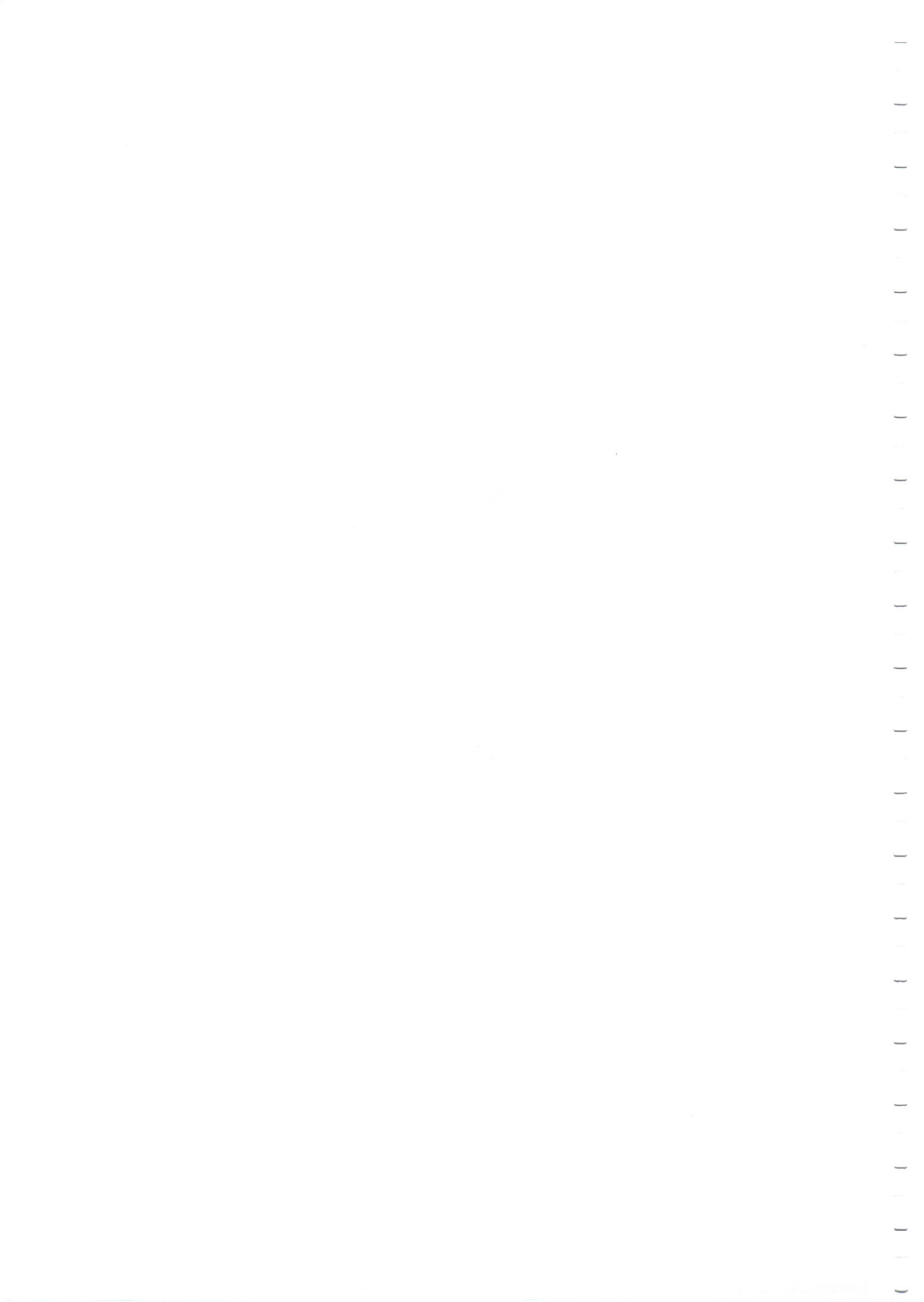
(1.3.1.2) ตัวอย่างการโฆษณาขายยาออนไลน์ในรูปแบบสิ่งพิมพ์ แบนเนอร์ ตัวอย่างจำนวน 3
รายการ ได้แก่

(ก) รหัส 17.11.62.8 : ยาซาร่า

ภาพ 30 การโฆษณา ยาซาร่า



| | |
|-------------------|---|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 1A 238/54, 1A 821/43 (ยาสามัญประจำบ้าน) |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | http://www.sara.co.th/th/ |
| ข้อความโฆษณา | ซาร่า ข้อมูลสินค้า กิจกรรมวิชาการ คำถามที่พบบ่อย ติดต่อเภสัชกร... ปวดหัวเป็นไข้ ใช้ซาร่า...ตัวยาพาราเซตามอล มาลิ่งครอดท์ สหรัฐอเมริกา ผลิต โดย บริษัท ไทยนครพัฒนา จำกัด ประเทศไทย อ่านคำเตือนในฉลากก่อนใช้ยา ไม่ระคายเคืองกระเพาะอาหาร ขท. 1461/2559...บริษัท ไทยนครพัฒนา จำกัด โทรศัพท์ :: +66(02)-555-9999 Email :: thainakorn@thainakorn.com |
| ประเภทเว็บไซต์ | เว็บไซต์หลัก (บริษัทเจ้าของยาเป็นผู้จัดทำเว็บไซต์) |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา สรรพคุณยา ราคา วิธีใช้ ยา เชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่น เช่น Facebook |
| ข้อกำหนด | ไม่พบข้อบกพร่อง ได้รับอนุญาตโฆษณาใบอนุญาตโฆษณาเลขที่ ขท.1461/2559 |



(ข) รหัส 22.11.62.15 : ยาปีโรคคา

ภาพ 31-32 การโฆษณา ยาปีโรคคา



| | |
|-------------------|--|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 2C 11/53 (ยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ) |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.berocca.co.th/ |
| ข้อความโฆษณา | ปีโรคคา เพอร์ฟอร์แมนซ์ ไบเออร์ หน้าหลัก_ผลิตภัณฑ์_สื่อโฆษณา_where to buy_ ถามตอบ_ เอกสารกำกับยา_ เมื่อมีอาการอ่อนล้า อ่อนเพลีย ปีโรคคา เพอร์ฟอร์แมนซ์ เม็ดฟู วันละ 1 เม็ด วิตามินรวม 8 ชนิด วิตามิน บี แคลเซียม แมกนีเซียม สังกะสี บำรุงร่างกาย บำรุงระบบประสาท เม็ดฟู สำหรับผู้อ่อนล้า อ่อนเพลีย ละลายน้ำ ดื่ม พกพาสะดวก วันละ 1 เม็ด ปราศจากน้ำตาล ใบอนุญาตโฆษณาเลขที่ สท.1652/2561... |
| ประเภทเว็บไซต์ | เว็บไซต์หลัก (เจ้าของยาเป็นเจ้าของเว็บไซต์) |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา สรรพคุณยา ราคา วิธีใช้ ยา |
| ข้อกฎหมาย | ไม่พบข้อบกพร่อง ได้รับอนุญาตโฆษณาใบอนุญาตโฆษณาเลขที่ สท. 1652/2561 |



(ค) รหัส 21.11.62.7 : แคลเทรต[®]ซิลเวอร์ 50+ แคลเทรต[®] พลัส และแคลเทรต[®] 600

ภาพ 33-34 การโฆษณาขายแคลเทรตซิลเวอร์, แคลเทรตพลัส และแคลเทรต600

โรคกระดูกพรุน อาจเกิดจากขาดแคลเซียม¹

Caltrate Thailand

ALL PRODUCT

แคลเทรต[®]ซิลเวอร์ 50+ แคลเทรต[®] พลัส แคลเทรต[®] 600

แคลเทรต[®]ซิลเวอร์ 50+ แคลเทรต[®] พลัส แคลเทรต[®] 600

http://www.caltratethailand.com/caltrateproducts

| | |
|-------------------|--|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 2 C6/61, 2 C73/53, 2 C72/53 (ยาบรรจุก่อสร้างที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ) |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.caltratethailand.com/content/products |
| ข้อความโฆษณา | แคลเทรต [®] ซิลเวอร์ 50+600 มก แคลเซียม 400 ไอออน วิตามินดี3 สำหรับเสริมแคลเซียมในผู้สูงอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ² แคลเทรต [®] พลัส 600 มก แคลเซียม 200 ไอออน วิตามินดี 3 4 แร่ธาตุ ได้แก่ แมกนีเซียม มังกานีส สังกะสี ทองแดง ช่วยป้องกันโรคกระดูกพรุน ⁽¹⁾ แคลเทรต [®] 600 600 มก แคลเซียม ช่วยเสริมสร้างกระดูกให้แข็งแรง ช่วยป้องกันโรคกระดูกพรุน ⁽³⁾ อ่านคำเตือนในฉลากก่อนใช้ยา ใบอนุญาตโฆษณาเลขที่ สท. 1471/2561 ... เอกสารอ้างอิง: 1). ฉลากกล่องยา แคลเทรต พลัส 2). เอกสารกำกับยา แคลเทรต ซิลเวอร์ 3). เอกสารกำกับยา แคลเทรต 600... |
| ประเภทเว็บไซต์ | เว็บไซต์หลัก (บริษัทเจ้าของยาเป็นผู้จัดทำเว็บไซต์) |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา สรรพคุณ ราคา วิธีใช้ยา เชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่น เช่น Youtube |
| ข้อกำหนด | ไม่พบข้อบกพร่อง ได้รับอนุญาตโฆษณาใบอนุญาตโฆษณาเลขที่ สท. 1471/2561 |



1.4 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย: ยาที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้ว และตัวอย่าง

จากแผนภูมิ 1 พบการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย ได้แก่ การโฆษณายาสามัญที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้ว แต่ไม่ได้ขออนุญาตโฆษณา จำนวน 207 รายการ ตัวอย่างเช่น

1.4.1 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย: ยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้ว แต่ไม่ได้ขออนุญาตโฆษณา จำนวน 4 รายการ ได้แก่

(ก) รหัส 20.11.62.29 : ยารักษาฝ้าขาวไทยนคร

ภาพ 35 การโฆษณารีวิวยารักษาฝ้าขาวไทยนคร



| | |
|-------------------|---|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 2A 141/56 (ยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ) |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://twitter.com/revieweating1/status/951096765771522048 |
| ข้อความโฆษณา | Review@Everything @Review Eating1 #ไว้รีวิวห้ามขายของไว้อย #ของดีบอกต่อ 1 รีวิวดี ภาพเมื่อถือขวดยาพร้อมป้ายแขวนคอขวดยา ข้อความ “ไม่มีแอลกอฮอล์/น้ำตาล กลิ่นหอม รสเย็น” ยารักษาฝ้าขาวไทยนคร เป็นคนอาหารไม่ย่อย แน่นท้องบ่อยๆ จัดตัวนี้ ระบายท้องได้ดีจริงๆ ไม่มีแอลกอฮอล์/น้ำตาลด้วย 50฿ |
| ประเภทเว็บไซต์ | โซเชียลมีเดีย |
| รูปแบบการโฆษณา | รีวิววิวยา 1 ตำรับ |
| ข้อกฎหมาย | เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



(ข) รหัส 15.11.62.53 : ยา Perskindol Classic Gel

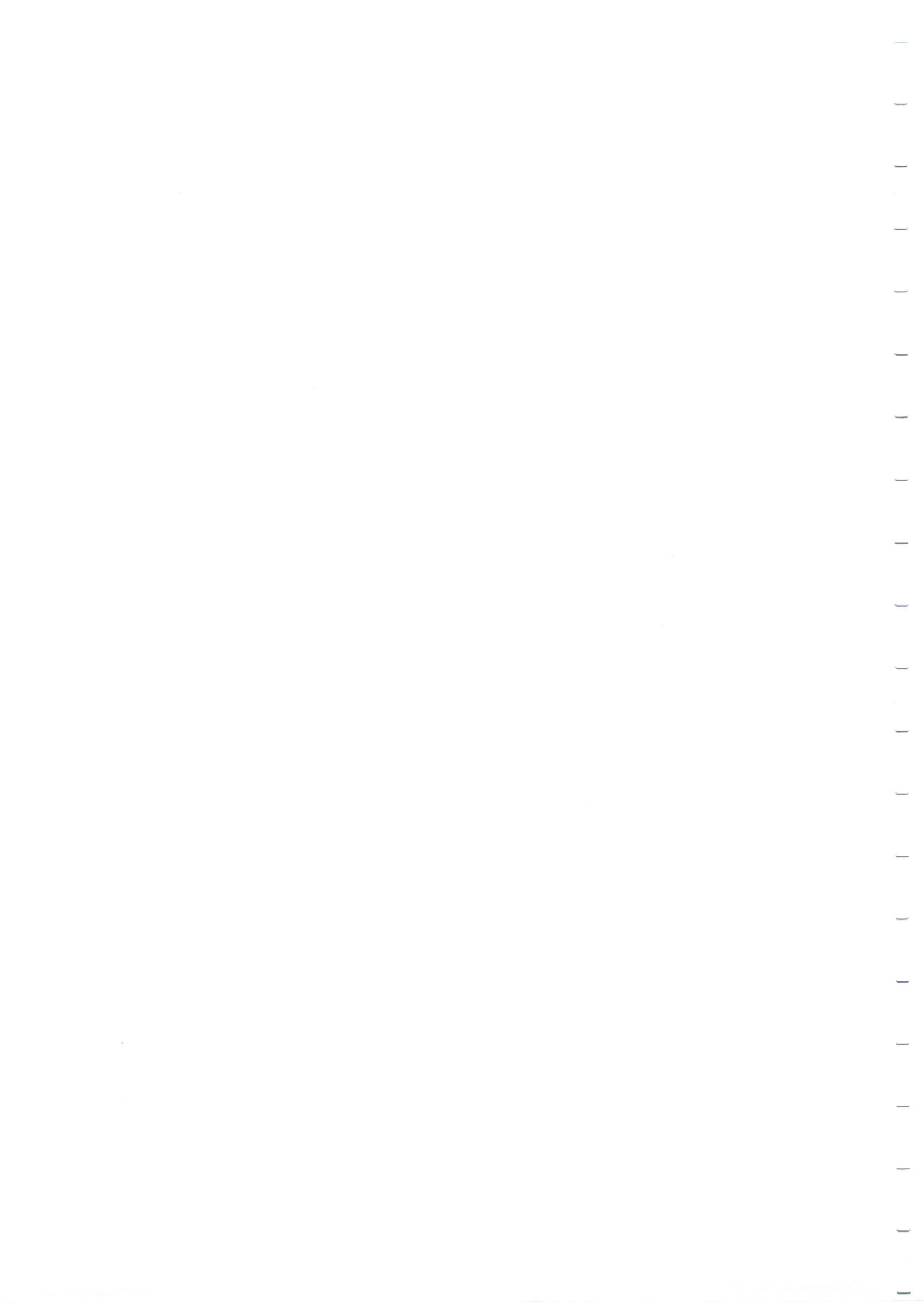
ภาพ 36 การโฆษณา ยา Perskindol Classic C



<https://www.facebook.com/bangkokdrugstore/photos/a.269017863216039/1953827411401734/?type=3&theater>

1/1

| | |
|-------------------|--|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 2C 8/45 (ยาบรรเทาอาการที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ) |
| โฆษณาทาง | เว็บไซต์ https://www.facebook.com/bangkokdrugstore/photos/a.269017863216039/1953827411401734/?type=3&theater |
| ข้อความโฆษณา | เจลบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ ชื่อ ภาพกล่องยาซึ่งปิดชื่อยา กล่อง 100 ml. ราคา 189.- และช่องทางติดต่อ |
| ประเภทเว็บไซต์ | โซเชียลมีเดีย |
| รูปแบบการโฆษณา | การโฆษณาแฝง (Indirect Advertising) ที่ไม่แสดงชื่อการค้าของยา มีราคา ยา กล่องยาที่ปิดชื่อการค้าของยา มีช่องทางการติดต่อ แสดงวัตถุประสงค์เพื่อการค้าหรือการขายยา |
| ข้อกฎหมาย | เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



(ค) รหัส 17.11.62.22 : แอมโบแลกซ์ มิวโคนอร์ไซรัป ดูทรอส เฟลมเม็กซ์คิตส์ และ โซลแมค คิตส์

ภาพ 37-38 การโฆษณาทีวียาแก้ไอสำหรับเด็ก เลือกรอย่างไรดี



ภาพ 39 การโฆษณายาแอมโบแลกซ์



ภาพ 40 การโฆษณายามิวโคนอร์ไซรัป



ภาพ 41 การโฆษณายาดูทรอส



ภาพ 42 การโฆษณายาเฟลมเม็กซ์คิตส์



ภาพ 43 การโฆษณายาโซลแมค คิตส์



ภาพ 44 สรุปการทีวียาแก้ไอสำหรับเด็ก 5 ตำรับ

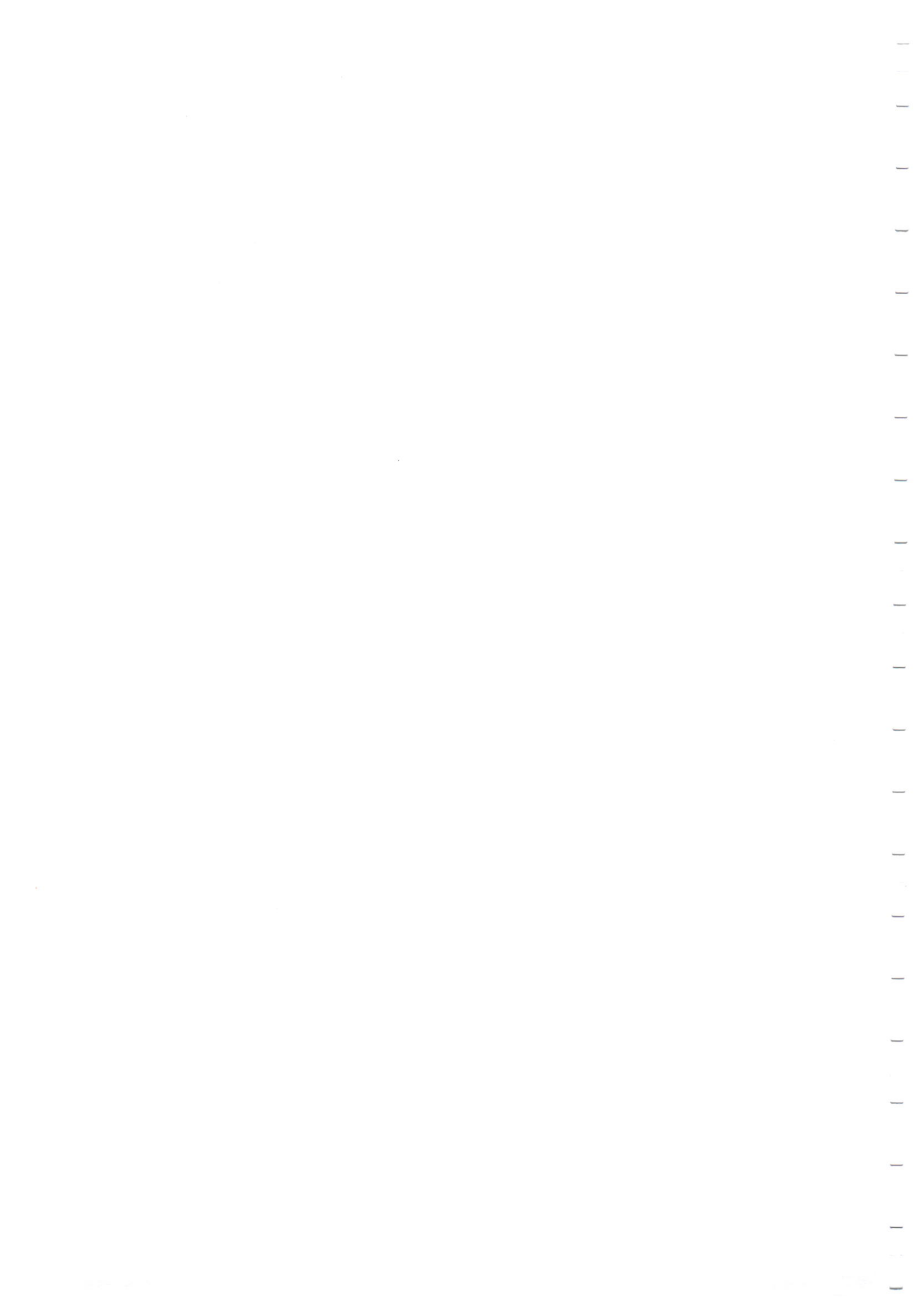
ข้อ 1 ยาฟ้าทะลายโจร ยาฟ้าทะลายโจร และ ยาฟ้าทะลายโจรผสมแอมบรอซิล แอมบรอซิล ดูทรอส แอมบรอซิล คิตส์ คีโรนีน คีโรนีนคิตส์

ข้อ 2 ยาฟ้าทะลายโจร คีโรนีน คีโรนีนคิตส์ คีโรนีนคิตส์ผสมแอมบรอซิล คีโรนีนคิตส์ผสมดูทรอส คีโรนีนคิตส์ผสมโซลแมค คีโรนีนคิตส์ผสมโซลแมคคิตส์

ข้อ 3 ยาฟ้าทะลายโจร คีโรนีน คีโรนีนคิตส์ คีโรนีนคิตส์ผสมแอมบรอซิล คีโรนีนคิตส์ผสมดูทรอส คีโรนีนคิตส์ผสมโซลแมค คีโรนีนคิตส์ผสมโซลแมคคิตส์



| | |
|----------------------------------|---|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 1C 200/48, 1A 310/40, 1A 797/40, 1A 403/45, 1A 239/58 ตามลำดับ (ยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ) |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ ข้อความโฆษณา | <p>https://www.rakluke.com/article/24/128/5207/ยาแก้ไอสำหรับเด็ก-เลือกอย่างไร- ยาแก้ไอสำหรับเด็กเลือกอย่างไร การไอ เป็นปฏิกิริยาหนึ่งที่ร่างกายตอบสนองต่อสิ่งแปลกปลอมที่ทำให้ระคายเคืองระบบทางเดินหายใจ... เมื่อเด็กมีอาการไอจะต้องปรึกษาเภสัชกรก่อนเพื่อเลือกยาที่ถูกต้อง ซึ่งข้อมูลที่เภสัชกรจะถามคืออายุของลูก น้ำหนักตัว บางคนบางคนจะซักถามถึงอาการไอด้วย จากนั้น จึงจะจัดยา และแนะนำวิธีการใช้ให้อย่างละเอียด...ยาบางชนิดไม่ควรใช้ในเด็ก เช่น Acetylcysteine เพราะต้องระวังในผู้ป่วยโรคหอบหืด หรือยาที่มีฤทธิ์กดอาการไอ เช่น Dextromethorphan เพราะอาจเกิดอาการข้างเคียง และเป็นอันตรายต่อเด็กได้ ดังนั้น ก่อนซื้อยาแก้ไอให้ลูก คุณพ่อคุณแม่ต้องทราบสาเหตุของอาการไอของลูกก่อน ซึ่งสามารถสังเกตได้จากลักษณะของการไอ ไอเนื่องจากหวัด ลูกอาจมีน้ำมูกไหล ระคายคอ และไอได้...ปกติแล้ว เมื่อหวัดหายอาการไอก็จะหายตามไปด้วย ถ้าไอมีเสมหะด้วย อาจเกิดจากหลอดลมอักเสบหรือมีการติดเชื้อ...สรุป ยาแก้ไอสำหรับเด็กส่วนมากจะปราศจากแอลกอฮอล์และบางยี่ห้อไม่มีทั้งน้ำตาลและแอลกอฮอล์ เช่น แอมโบลี็กซ์ ดูทรอส และโซลแมค คิตส์ ซึ่งข้อดีคือจะไม่เป็นสาเหตุที่ทำให้ฟันผุ...นอกจากนี้ เอกสารกำกับยาเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับข้อบ่งใช้ยาชนิดนั้นๆ ทุกยี่ห้อเอกสารกำกับยาแนบ ยกเว้นมิวโคเนอร์ไซรับที่มีข้อความระบุไว้ข้างกล่อง โดยเอกสารกำกับยาของแอมโบลี็กซ์ และ โซลแมค คิตส์ ค่อนข้างละเอียด ข้อมูลครบถ้วน ส่วนกลิ่นและรสชาติ นั้น โซลแมค คิตส์ และเฟลมเม็กซ์ คิตส์ มีกลิ่นหอม และรสผลไม้ตามฉลาก ทานง่าย ส่วนอีก 3 ยี่ห้อ มีรสขม นำ ขณะเดียวกัน แอมโบลี็กซ์ มีฝาขวดค่อนข้างเล็กทำให้เปิดใช้งานยาก และข้อมูลยาแต่ละตำรับ</p> |
| ประเภทเว็บไซต์ | เว็บไซต์ทั่วไป |
| รูปแบบการโฆษณา | เป็นการโฆษณา ในรูปแบบของการรวิวยา มีบทความความรู้การเลือกยาแก้ไอสำหรับเด็ก มีการเปรียบเทียบหลายตำรับ |
| ข้อกำหนด | เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



(ง) รหัส 17.11.62.23: ยาบรรเทาการไอสำหรับเด็ก ยาน้ำแก้ไอสำหรับเด็ก ترامีสเตอร์ เอิร์บ ยาฟลูอิพอร์ท ยาเฟลมเม็กซ์ ยาแอมโบรเล็กซ์ ยาไรนาโรฮอล ยามูโคลิด

ภาพ 45-46 การรวิวิโฆษณายาน้ำแก้ไอตัวไหน? ช่วยบรรเทาอาการไอและปลดกัภัยสำหรับลูกน้อย



ลูกไอ เพราะอะไร

มีสาเหตุ หลายอย่างที่ลูกน้อย หายใจแล้วมีอาการ ไอและปลดกัภัยของลูกน้อยมีได้แก่ดังนี้ เมื่อลูกน้อยมีไข้สูง อาจเกิดจากหลายสาเหตุ ดังนี้

- โรคหวัด "ไข้หวัด" เกิดจากไวรัสหรือแบคทีเรียที่เข้าทางจมูกหรือตา เช่น เชื้อหวัด เชื้อ RSV ซึ่งก่อให้เกิดเยื่อเมือกและหลอดลมอักเสบ เป็นไข้หวัดใหญ่ หรือการติดเชื้อในลำคอ เช่น เชื้อไวรัสเอชไอวี
- โรคหอบ "โรคหอบ" เกิดจากหลอดลมอักเสบหรือหลอดลมตีบตันในเด็กเล็ก เช่น ควันพิษ ควันรถ ควันไฟ ควันบุหรี่ ควันเครื่องปรับอากาศ หรือการติดเชื้อในทางเดินหายใจ เช่น เชื้อรา เชื้อแบคทีเรีย เชื้อไวรัส
- โรคหอบ "โรคหอบ" เกิดจากหลอดลมอักเสบหรือหลอดลมตีบตันในเด็กเล็ก เช่น ควันพิษ ควันรถ ควันไฟ ควันบุหรี่ ควันเครื่องปรับอากาศ หรือการติดเชื้อในทางเดินหายใจ เช่น เชื้อรา เชื้อแบคทีเรีย เชื้อไวรัส

โรคหอบหืดหรือโรคหอบหืดเป็นโรคเรื้อรังที่พบบ่อยที่สุดในเด็กเล็ก สาเหตุเกิดจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม เช่น ควันพิษ ควันรถ ควันไฟ ควันบุหรี่ ควันเครื่องปรับอากาศ หรือการติดเชื้อในทางเดินหายใจ เช่น เชื้อรา เชื้อแบคทีเรีย เชื้อไวรัส

ทั้งนี้ Amami Baby & Kids ขอแนะนำ ยาน้ำแก้ไอสำหรับเด็ก ซึ่งช่วยบรรเทาอาการไอและปลดกัภัยของลูกน้อยได้เป็นอย่างดี

ภาพ 47 การโฆษณายาน้ำแก้ไอสำหรับเด็ก ترامีสเตอร์เอิร์บ และยาฟลูอิพอร์ท



ภาพ 48 การโฆษณายาเฟลมเม็กซ์ และยาแอมโบรเล็กซ์

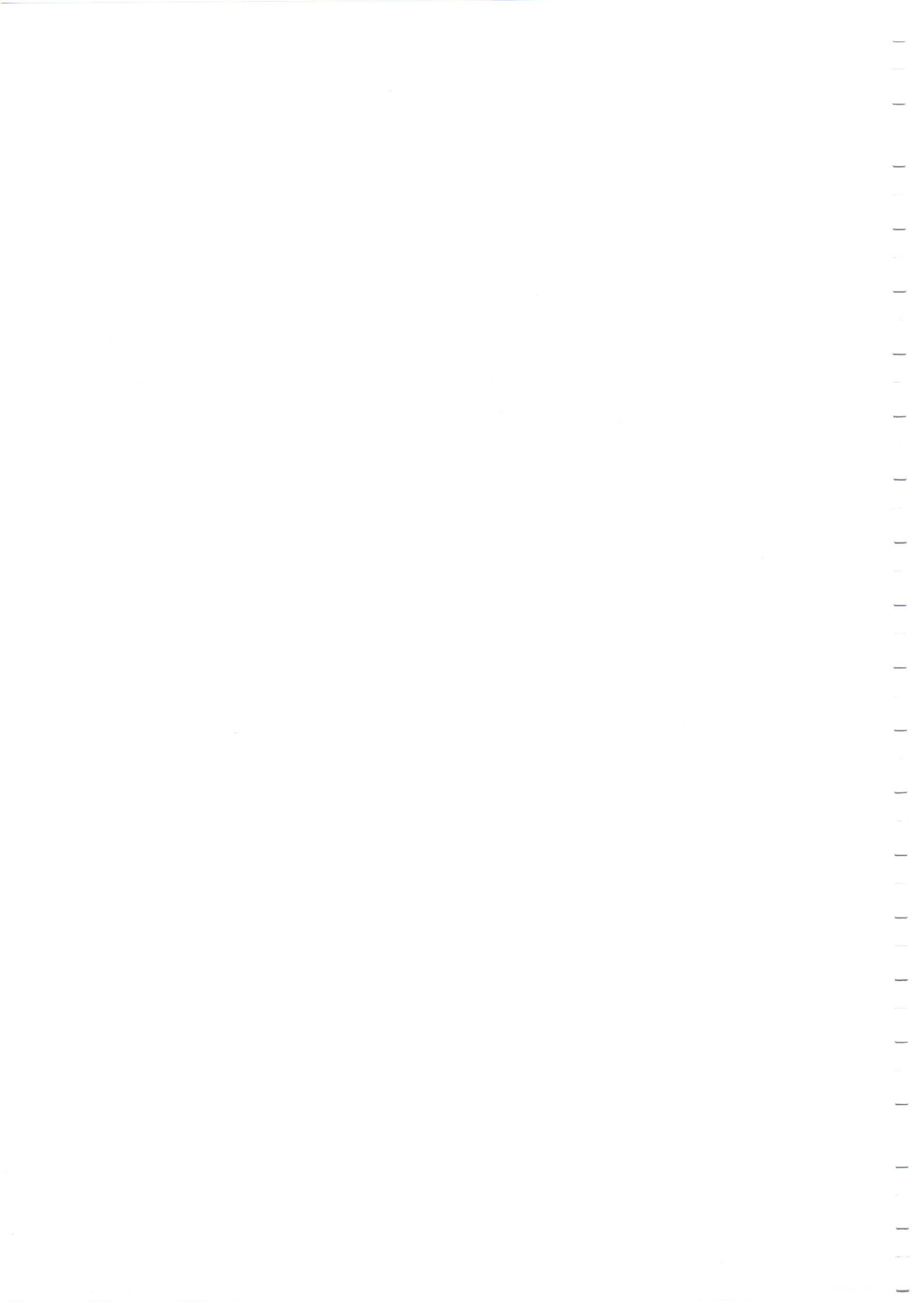


ภาพ 49 การโฆษณายาไรนาโรฮอล และยามูโคลิด

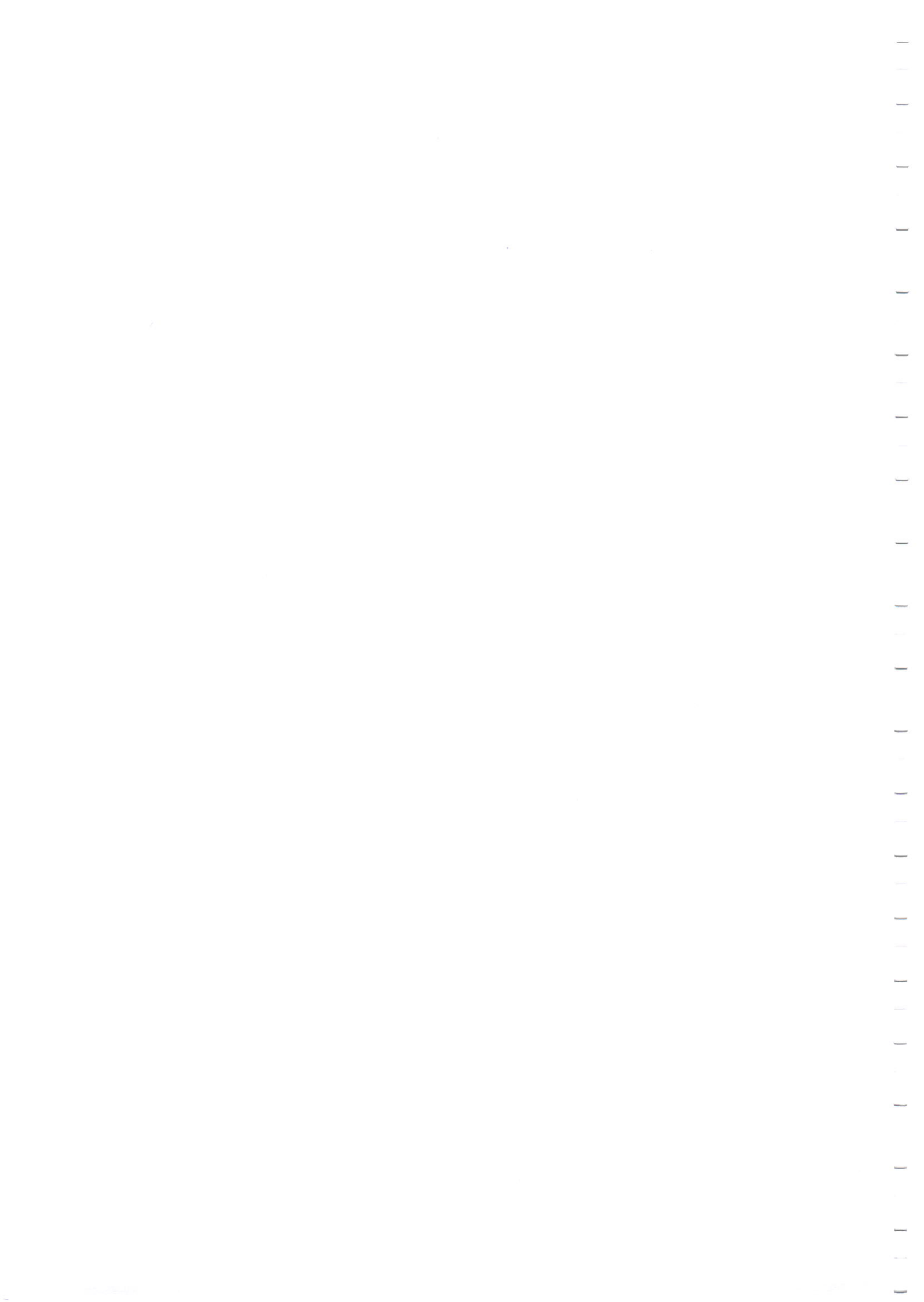


ภาพ 50 การโฆษณายาน้ำแก้ไอสำหรับเด็ก ترامีสเตอร์เอิร์บ





| | |
|-------------------|---|
| เลขทะเบียนตำรับยา | G 291/59, 1A 1/52(N), 1A 403/45, 1C 200/48,1A 391/53 ตามลำดับ (ยาแผนโบราณ 1 ตำรับ และยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ 4 ตำรับ) |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.amarinbabyandkids.com/review/cough-syrup-mr-herbs |
| ข้อความโฆษณา | <p>รีวิว ยาน้ำแก้ไอสำหรับเด็ก ตัวไหน? ช่วยบรรเทาอาการไอและปลอดภัยกับลูกน้อย เมื่อลูกมีอาการไอ คุณแม่มักมีความกังวลอยู่ไม่น้อย และหากยังไม่หยุด ไอทั้งวันทั้งคืน หรือไอแบบมีเสมหะด้วย คุณแม่มักจะรีบหาซื้อยา... Amarin Baby & Kids มียาบรรเทาอาการไอสำหรับเด็กมาเปรียบเทียบให้คุณแม่ๆ ดูกันค่ะ อันดับแรก ก่อนซื้อยาให้ลูกทาน คุณแม่ต้องหาสาเหตุ และลักษณะการไอของลูกน้อยให้ชัด...ลูกไอ มีเสมหะ อาจเกิดจากหลายสาเหตุ ดังเช่น ไอจาก“การติดเชื้อ”...เพื่อให้คุณพ่อคุณแม่ได้เลือกพิจารณาให้ลูกน้อยทาน เพื่อรักษาและบรรเทาอาการป่วยกันค่ะภาพผลิตภัณฑ์ยาน้ำแก้ไอสำหรับเด็ก 6 ตำรับ ได้แก่ ยาน้ำแก้ไอตรามิสเตอร์เฮิร์บ, ฟลูอิฟอร์ท, เฟลมเม็กซ์, แอมโปรแลกซ์, ไรนาโรฮอล และมูโคลิค พร้อมซื้อยา ตัวยาสำคัญ ข้อบ่งใช้ วิธีรับประทาน รสชาติ ลักษณะเด่น...เช่น “✓ ยาน้ำแก้ไอสำหรับเด็ก ที่คุณแม่ไวใจได้...ซึ่งในส่วนของยาน้ำแก้ไอสำหรับลูกน้อยนั้น ในตัวยาแผนปัจจุบันอาจมีส่วนผสมของสารเคมี หรือมีแอลกอฮอล์ เพื่อมีฤทธิ์ในการรักษาอาการไอและละลายเสมหะ ทำให้สารนั้นสะสมในร่างกายเด็กได้...ยาน้ำแก้ไอเด็ก ตรา มิสเตอร์เฮิร์บ...เป็นยาสูตรน้ำที่พัฒนาขึ้นสำหรับเด็กโดยเฉพาะ ทำจากสมุนไพรไทย 100% ไม่มีสารเคมี ไม่มีแอลกอฮอล์ รสชาติอร่อย ช่วยให้เด็กทานง่าย...สามารถหาซื้อได้ตาม 7-11 และร้านขายยาทั่วไป เหมาะกับคุณพ่อคุณแม่สมัยใหม่ที่ใส่ใจในส่วนผสมและความปลอดภัยของยา</p> |
| ประเภทเว็บไซต์ | เว็บไซต์ทั่วไป (เว็บไซต์สำนักพิมพ์) |
| รูปแบบโฆษณา | เป็นการโฆษณา ในรูปแบบการรีวิวยาโดยจัดทำเป็นบทความรู้ เรื่องสาเหตุของอาการไอ การเลือกยา การรีวิวยาโดยเปรียบเทียบยาตำรับยาแผนโบราณ ปลอดภัยกว่ายาของบริษัทอื่นซึ่งเป็นยาแผนปัจจุบัน |
| ข้อกำหนด | ยาน้ำแก้ไอสำหรับเด็กตรามิสเตอร์เฮิร์บ เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรกลุ่มยาแผนโบราณ ไม่จัดเป็นการโฆษณาขายยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 โดยการเปรียบเทียบกับยาน้ำแก้ไอสำหรับเด็กยาฟลูอิฟอร์ท ยาเฟลมเม็กซ์ |



ยาแอมโบริเล็กซ์ ยาไรนาโรฮอล ยามูโคลิด ที่เป็นยาแผนปัจจุบัน เป็นการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายและต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อความรัดกุม

1.4.2 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย : ยาอันตรายขึ้นทะเบียนตำรับแล้ว และ ตัวอย่าง

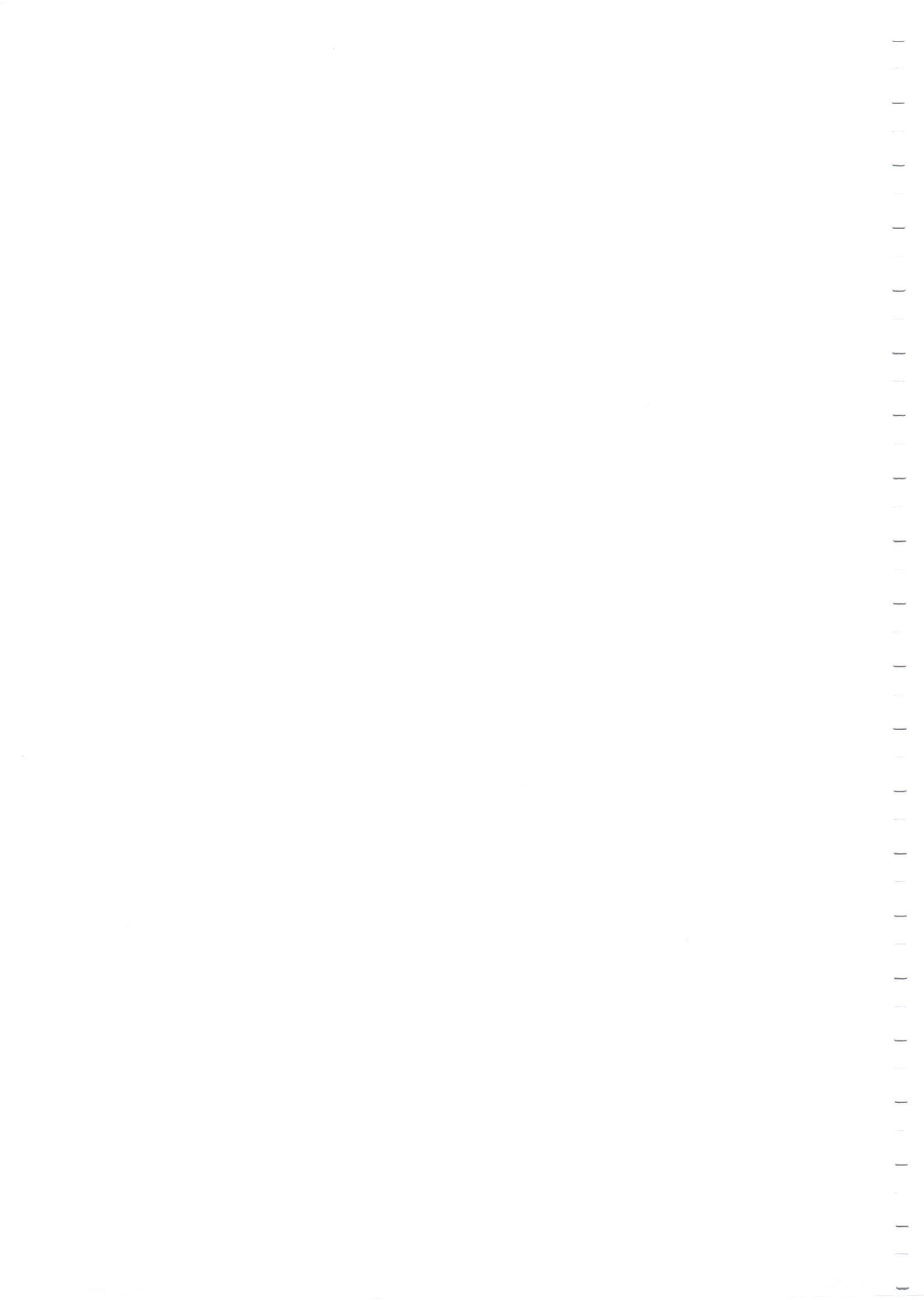
จากแผนภูมิ 1 พบการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย เป็นยาที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้ว แต่ไม่ได้รับอนุญาตโฆษณา จำนวน 101 รายการ ดังตัวอย่างจำนวน 8 รายการ ได้แก่

(ก) รหัส 15.11.62.9.9 : ยาทิฟพีเดีย

ภาพ 51-52 การโฆษณายาทิฟพีเดีย

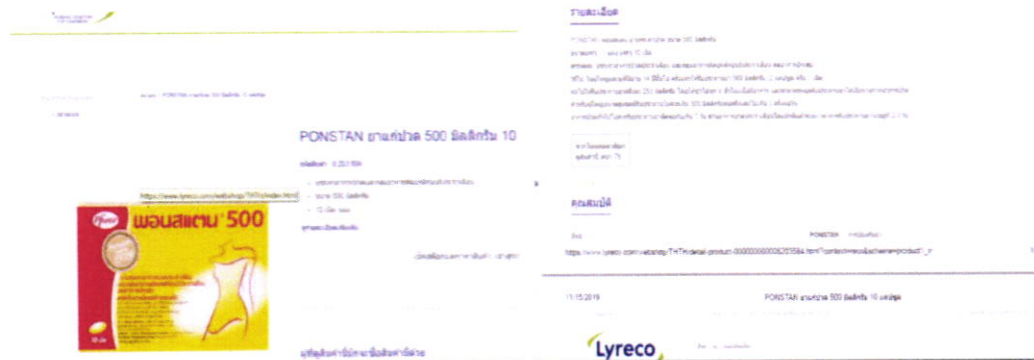


| | |
|-------------------|---|
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.lyreco.com/webshop/THTH/detail-product |
| เลขทะเบียนตำรับยา | 2A 46/62 (ยาอันตราย) |
| ข้อความโฆษณา | ยาลดไข้ทิฟพีเดีย...บรรเทาอาการคัดจมูก น้ำมูกไหล คัดคอ จาม ปวดศีรษะ และเป็นไข้ มีน้ำมูกมากเนื่องมาจากโรควัณโรค หวัด หรือใช้ละอองฟาง..... ประกอบด้วยตัวยาพาราเซตามอล...500 มก. ยาแก้แพ้คลอเฟนิรามีน มาลีเอต... 2 มก. และยาลดน้ำมูกฟีนลเอพรีน ไฮโดรคลอไรด์...10 มก. คำแนะนำ... |
| ประเภทเว็บไซต์ | ร้านค้า/ร้านยาออนไลน์ |
| รูปแบบการโฆษณา | การโฆษณา (Direct Advertising) มีการแสดงภาพแพคเกจยา ชื่อยา ประเภทยา สรรพคุณยา คำแนะนำ ราคา ช่องทางชำระเงิน |
| ข้อกฎหมาย | 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย ผ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ผ่าฝืนมาตรา 88 ทวิแห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |

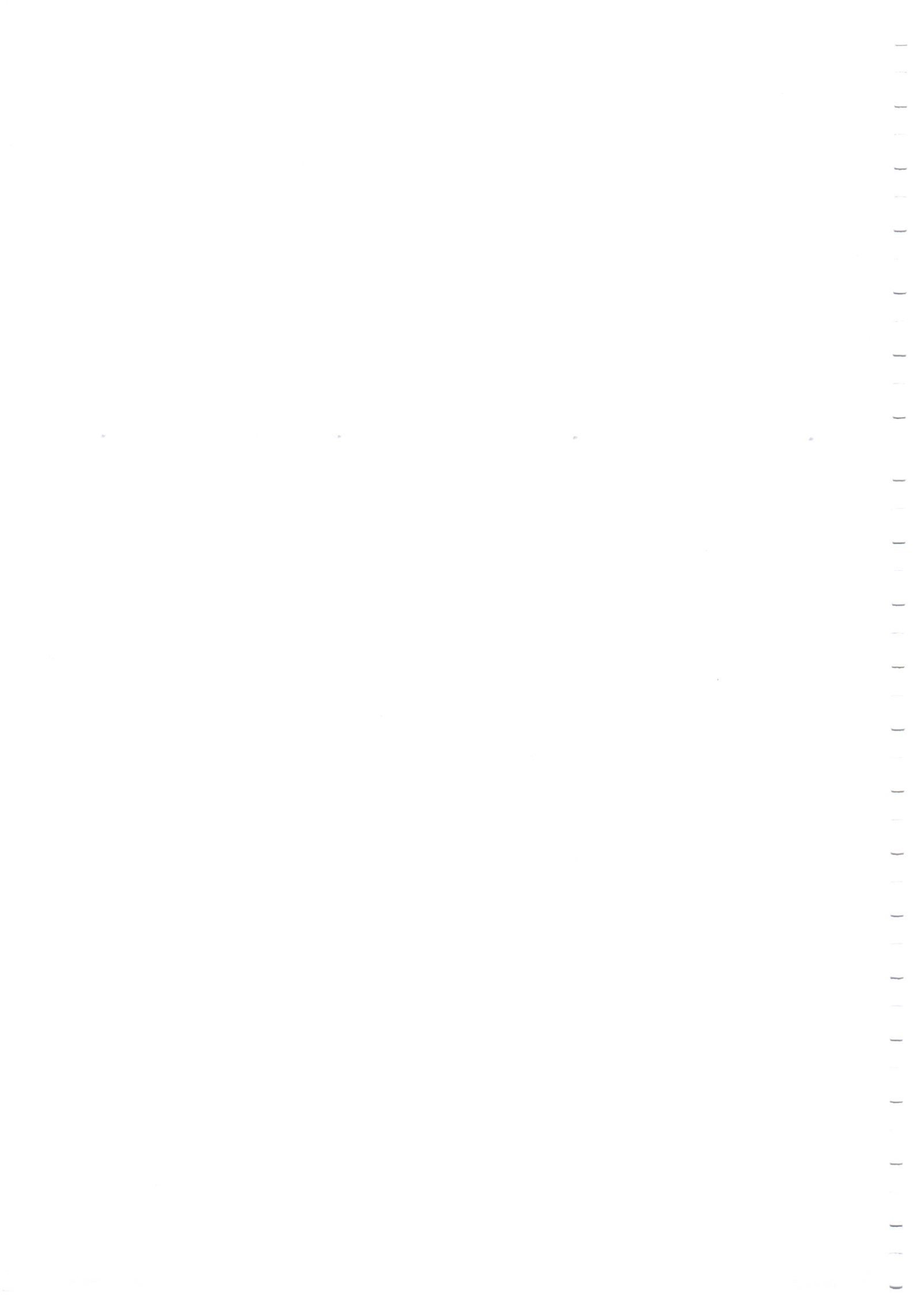


(ข) รหัส 15.11.62.14.: ยา Ponstan 500

ภาพที่ 53-54 การโฆษณา ยา Ponstan 500



| | |
|-------------------|--|
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.lyreco.com/webshop/THTH/detail-product-1A 47/40 (ยาอันตราย) |
| เลขทะเบียนตำรับยา | PONSTAN ยาแก้ปวด 500 มิลลิกรัม...สรรพคุณบรรเทาอาการปวดและกลุ่มอาการผิดปกติก่อนมีประจำเดือน ลดอาการอักเสบ วิธีใช้ ในผู้ใหญ่และผู้ที่มีอายุ 14 ปีขึ้นไป ครั้งแรกรับประทาน 500 มิลลิกรัม (2 แคปซูล หรือ 1 เม็ด) ต่อไปครั้งละ 250 มิลลิกรัม โดยให้เข้าได้ทุก 6 ชั่วโมง เมื่อมีอาการ สามารถหยุดรับประทานได้เมื่อหายจากอาการปวด ผู้ใหญ่ขนาดสูงสุด รับประทานไม่ควรเกิน 500 มิลลิกรัมต่อครั้ง และไม่เกิน 3 ครั้งต่อวัน อาการปวดทั่วไป ไม่ควรรับประทานติดต่อกันเกิน 7 วัน ส่วนอาการปวดประจำเดือนโดยปกติแล้ว ระยะเวลาการรับประทานยาจะอยู่ที่ 2-3 วัน |
| ชื่อความโฆษณา | |
| ประเภทเว็บไซต์ | ร้านค้า/ร้านยาออนไลน์ |
| รูปแบบการโฆษณา | การโฆษณา (Direct Advertising) มีการแสดงภาพแผงยา ชื่อยา ประเภทยา สรรพคุณยา คำแนะนำ ราคา ช่องทางชำระเงิน |
| ข้อกำหนด | 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย ฝ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |

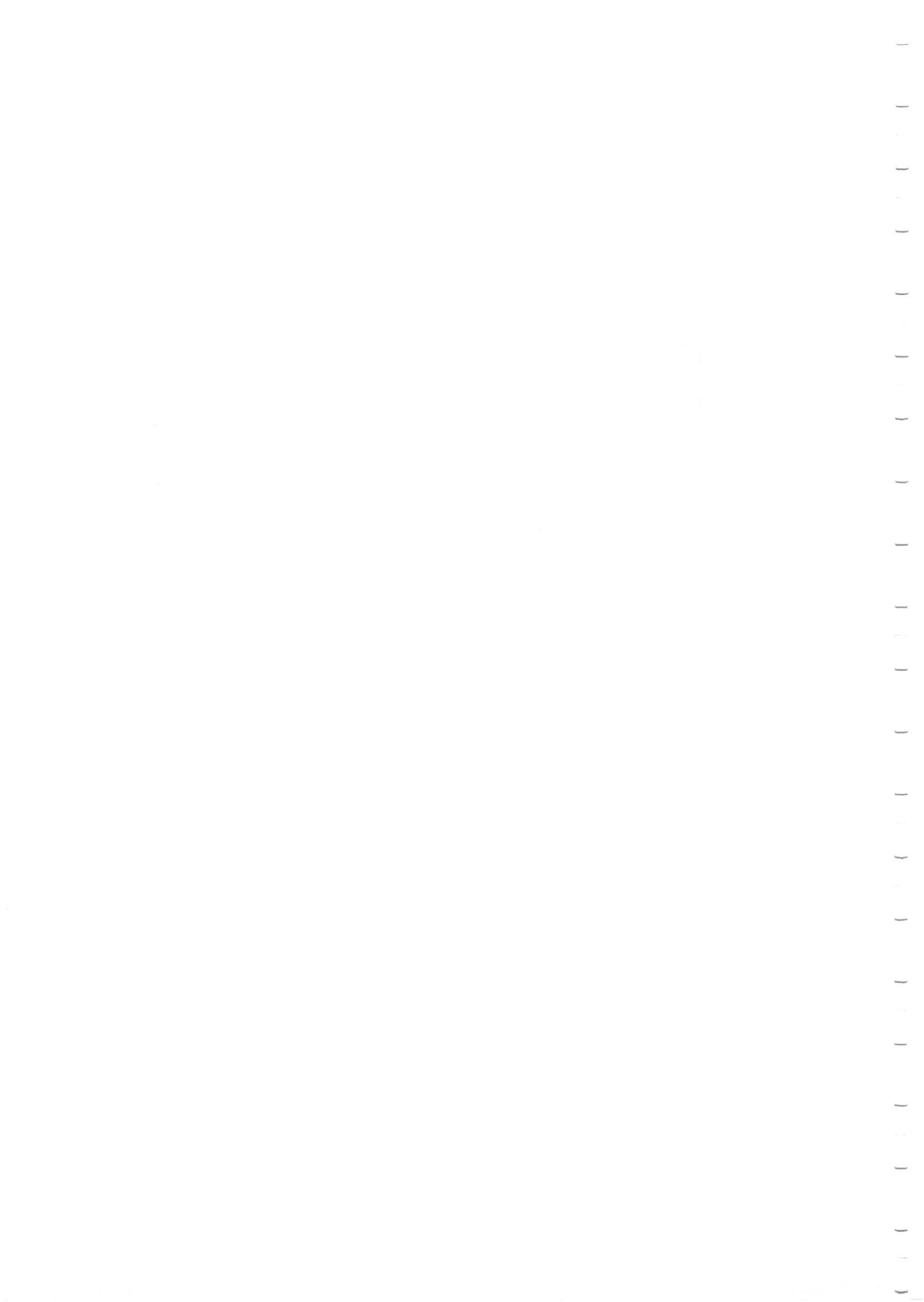


(ง) รหัส 16.11.62.36.96 : ยา STUD 100

ภาพที่ 57-58 การโฆษณา ยา STUD 100

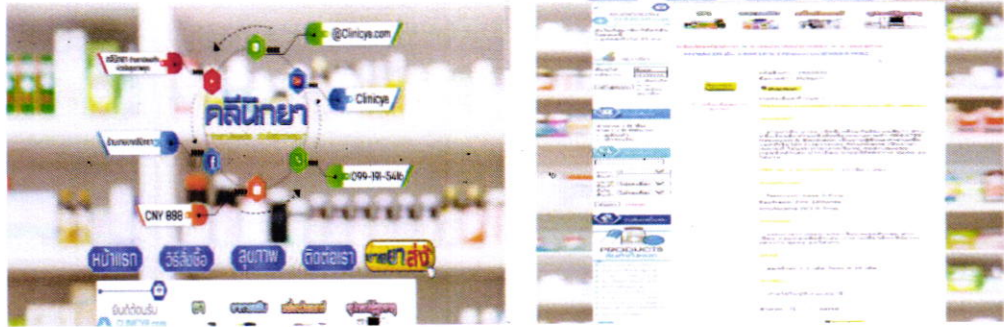


| | |
|-------------------|---|
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.lazada.co.th/products/stud-100-12-i6754486- |
| เลขทะเบียนตำรับยา | 1C 42/50 (ยาอันตราย) |
| ข้อความโฆษณา | STUD 100..390บาท 495 บาท -21% Buy Now Add to Cart สเปรย์ชะลอการหลั่ง เพื่อความสุขที่ยาวนาน ..ช่วยลดความรู้สึที่ไวเกินไปของท่านชาย ช่วยยืดเวลาในการร่วมสนุกให้ออกไปได้้อีก ช่วยให้คุณและคู่ของคุณมีความสุขที่ยาวนานขึ้นช่วยชะลอการหลั่งเร็วของคุณ |
| ประเภทเว็บไซต์ | e market place |
| รูปแบบการโฆษณา | การโฆษณา (Direct Advertising) มีการแสดงภาพกล่อง ชื่อยา ประเภทยา สรรพคุณยา ราคา ช่องทางชำระเงิน |
| ข้อกำหนด | <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณเป็นเท็จหรือเกินความจริง ฝ่าฝืนมาตรา 88(2) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกาม ฝ่าฝืนมาตรา 88(4) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 3. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย ฝ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 4. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



(จ) รหัส 16.11.62.6 : ยามายบาซิน มินต์

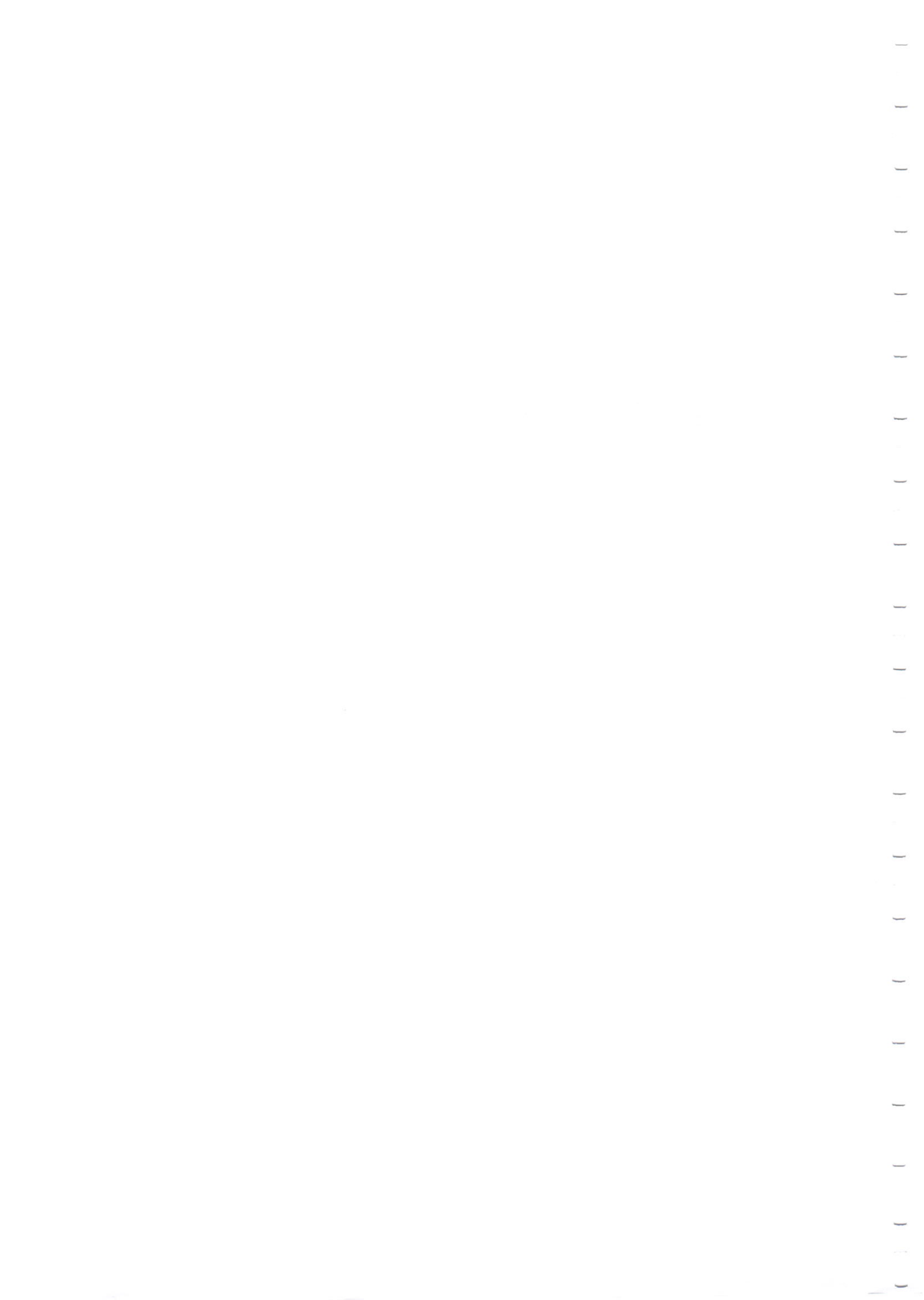
ภาพ 59-60 การโฆษณาขายยา ยามายบาซิน มินต์



ภาพ 61-62 การโฆษณาขายยา ยามายบาซิน มินต์



- | | |
|-------------------|---|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 2A 60/46 (ยาอันตราย) |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | www.clinicya.com/ผลิตภัณฑ์สุขภาพ/ยามม-ยามม-ยามม่มอง/ยามม-ลูกอม/MYBACIN-MINT |
| ข้อความโฆษณา | MYBACIN มินต์ ...Neomycin & Bacitracin เป็นยาปฏิชีวนะทำลายเชื้อแบคทีเรียได้ กว้างขวางและ Amylocaine เป็นยาชาเฉพาะที่ใช้บรรเทาอาการเจ็บคอ คออักเสบ ต่อมทอนซิลอักเสบ... ส่วนประกอบ -Neomycin base...-Bacitracin Zinc ...-Amylocaine HCl..บรรเทาอาการระคายคอ เจ็บและคออักเสบ ปากเปื่อย... |
| ประเภทเว็บไซต์ | ร้านค้าออนไลน์/ร้านยาออนไลน์ |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา ราคา สรรพคุณ วิธีใช้ยา |
| ข้อกำหนด | 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาควบคุมพิเศษ ฝ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



(ฉ) รหัส 16.11.62.12 : ยา Benzac AC 5%

ภาพ 63-64 การโฆษณา ยา Benzac AC 5%

Beauty Face Shop
(<http://beautyfaceshop.com/>)

เลขทะเบียนตำรับยา 2A 60/46 (ยาอันตราย)

โฆษณาทางเว็บไซต์ www.beautyfaceshop.com/product/benzac-ac-5-60-กรัม-ยาละลายสิวหัวสิวสำหรับสิว/Beauty-Face-Shop (<http://beautyfaceshop.com/>)

ข้อความโฆษณา Benzac AC 5% – 60 กรัม ยาละลายสิวหัวสิวสำหรับสิวอักเสบและสิวอุดตัน ยานี้ทำหน้าที่ในการฆ่าเชื้อโรค P ACNE ซึ่งเป็นสาเหตุของสิวอักเสบอย่างได้ผล นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติในการผลัดเซลล์ผิวด้วย นอกจากนี้ BP ยังมีคุณสมบัติ

ในการลด Comedone หรือสิวอุดตันได้ด้วย เช่นกัน...

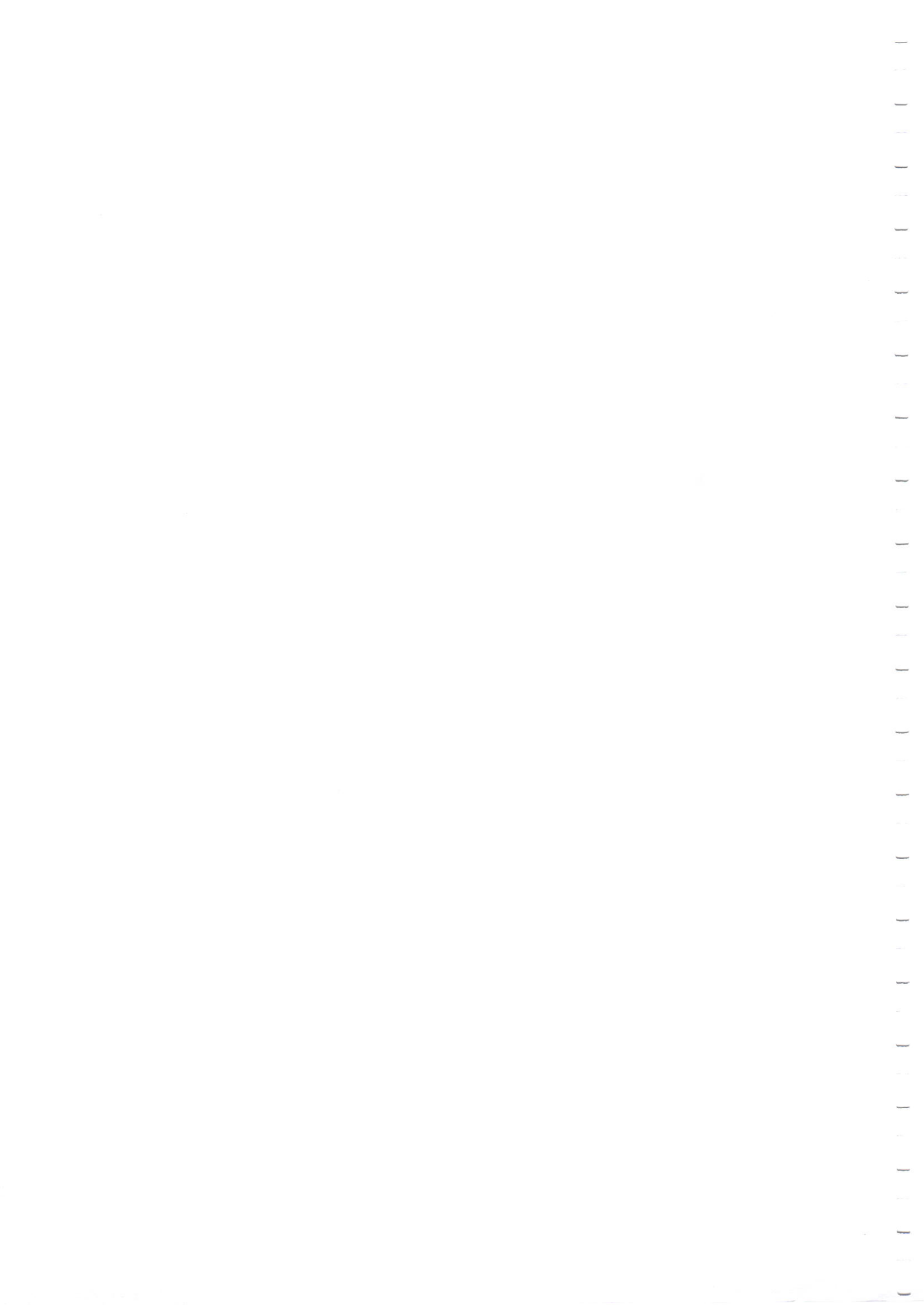
ความแตกต่าง...แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ Benzoyl Peroxide ยี่ห้ออื่นคือ Benzac AC จะอยู่ใน Water Base Gel ซึ่งอ่อนโยนกว่า ผลิตภัณฑ์ Benzoyl Peroxide ส่วนใหญ่ ซึ่งจะเป็ยตัวยาที่อยู่ใน Alchol base gel ซึ่งทำให้ระคายเคืองมากได้มากกว่า...

ประเภทเว็บไซต์ ร้านค้าออนไลน์/ร้านยาออนไลน์

รูปแบบการโฆษณา โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา ราคา สรรพคุณ วิธีใช้ยา

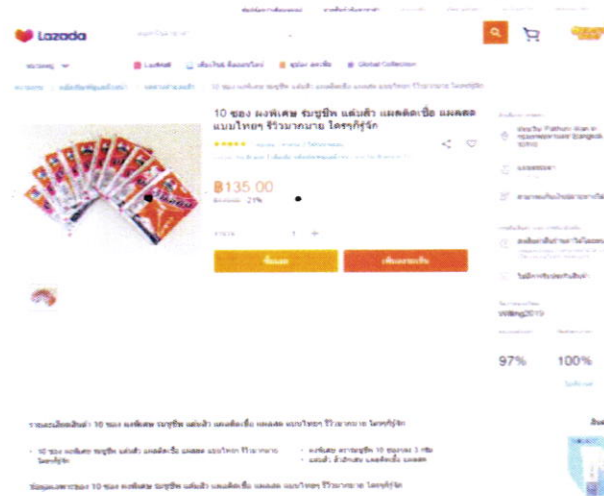
ข้อกำหนด

1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย ฝ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510
2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522

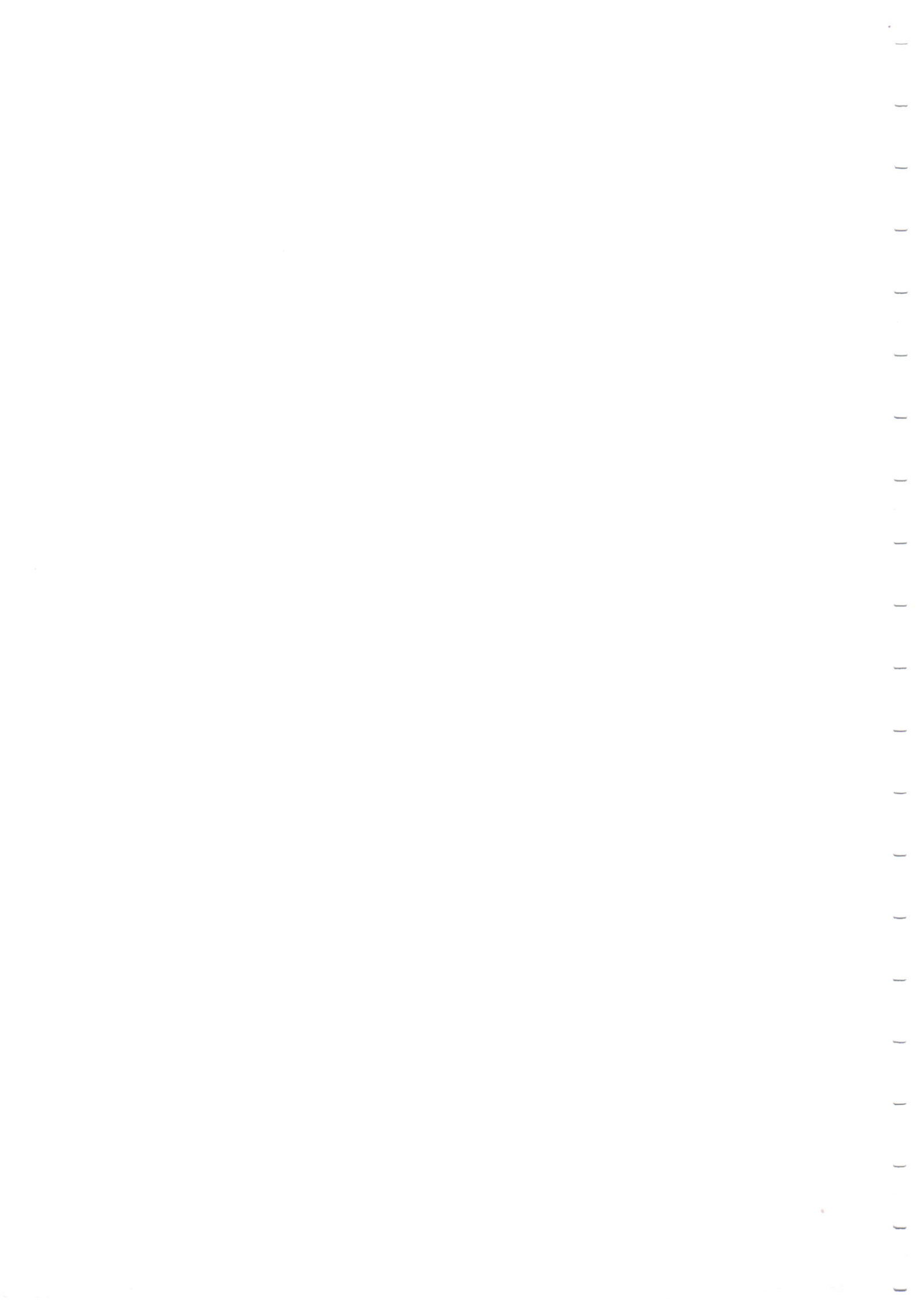


(ข) รหัส 20.11.62.53 : ผงพิเศษตราร่มชูชีพ

ภาพ 65 การโฆษณาผงพิเศษตราร่มชูชีพ

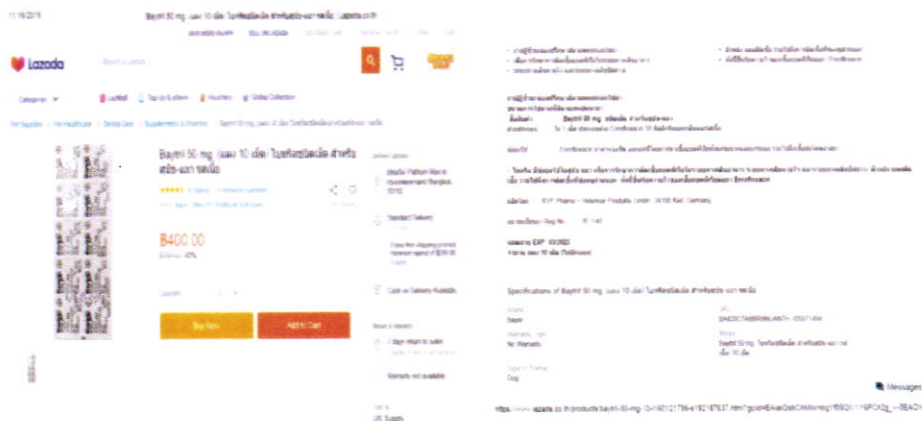


| | |
|-------------------|--|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 2A 393/29 (ยาอันตราย) |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.lazada.co.th/products/10-i300420470- |
| ข้อความโฆษณา | 10 ซอง ผงพิเศษ ร่มชูชีพ แต้มสีว แผลตติเชื่อ แผลสด แบบไทยๆ รีวิวมามากมาย ใครๆก็รู้จัก ฿135.00 ฿170.00 -21% 10 ซอง ผงพิเศษ ร่มชูชีพ แต้มสีว แผลตติเชื่อ แผลสด แบบไทยๆ รีวิวมามากมาย ใครๆก็รู้จัก ผงพิเศษ ตราร่มชูชีพ 10 ซองๆละ 3 กรัม แต้มสีว สีวอ้กเสบ แผลตติเชื่อ แผลสด |
| ประเภทเว็บไซต์ | e-marketplace |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา สรรพคุณยา ราคา วิธีใช้ ยา เชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่น และ Line ภาพรถเข็น |
| ข้อกำหนด | 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย ฝ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |

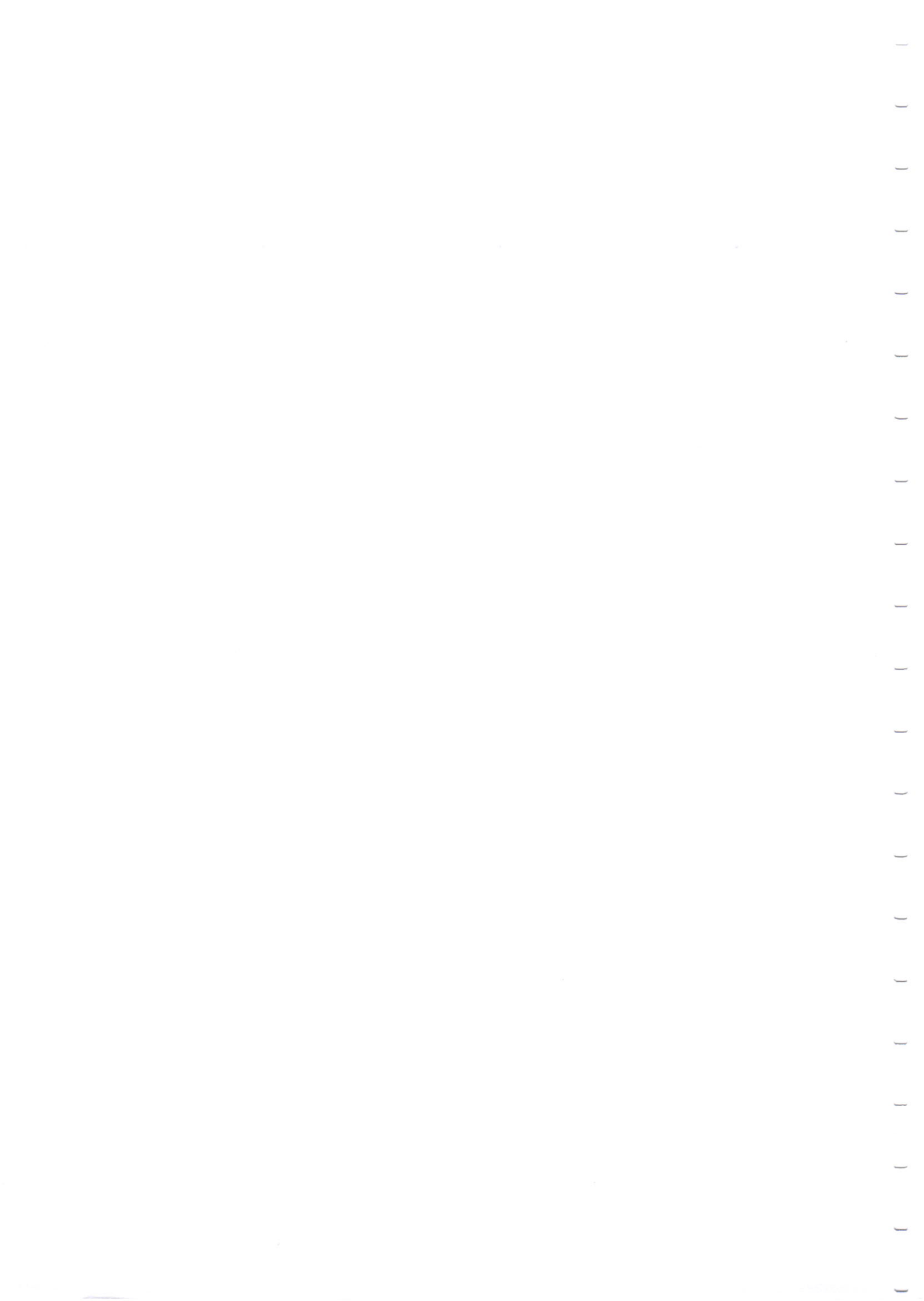


(ช) รหัส 16.11.62. : ยาไบทริลชนิดเม็ด สำหรับสุนัขและแมว

ภาพ 66-67 การโฆษณา ยาไบทริลชนิดเม็ด สำหรับสุนัข แมว



| | |
|-------------------|--|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 1E1/49 (ยาอันตราย) |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.lazada.co.th/products/baytril-50-mg-10-i160121799-s192187637.html?gclid=EALalQobChMlkrnbgYf05QIV1Y6PCh |
| ข้อความโฆษณา | Baytril 50 mg. (แผง 10 เม็ด) ไบทริลชนิดเม็ด สำหรับสุนัข-แมว รสเนื้อ ฿ 400.00฿700.00 -43% ยาปฏิชีวนะต้องปรึกษาสัตวแพทย์ก่อนใช้ยา เพื่อการรักษาโรคติดเชื้อแบคทีเรียในระบบทางเดินอาหาร เพื่อการรักษาการติดเชื้อทางเดินหายใจและในระบบทางเดินปัสสาวะ ผิวหนัง แผลติดเชื้อ รวมไปถึงการติดเชื้อที่ช่องหูส่วนนอก...ขนาดการใช้ตามที่สัตวแพทย์แนะนำ... ส่วนประกอบ : ใน 1 เม็ด ประกอบด้วย Enrofloxacin 50 มิลลิกรัมแต่งกลิ่นและรสเนื้อ ข้อบ่งใช้ : Enrofloxacin ยาด้านจุลชีพ ออกฤทธิ์โดยการฆ่าเชื้อแบคทีเรียทั้ง แกรมบวกและแกรมลบ รวมไปถึงเชื้อมัยโคพลาสมา... |
| ประเภทเว็บไซต์ | e-marketplace |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา สรรพคุณยา ราคา วิธีใช้ยา และ Line ภาพรถเข็น |
| ข้อกำหนด | 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย ฝ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



1.4.3 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย: ยาสามัญประจำบ้านขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้ว และตัวอย่าง

จากแผนภูมิ 1 ผลการตรวจสอบการโฆษณายาประเภทต่างๆ ทางสื่อออนไลน์ ระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562 พบการโฆษณาสามัญประจำบ้านขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้วไม่ได้ขออนุญาตโฆษณา จำนวน 25 รายการ ดังตัวอย่าง 3 รายการ ได้แก่

(ก) รหัส 15.11.62.20.20 : ยาแก้ไอน้ำคำตราเสือดาว

ภาพ 68-69 การโฆษณายาแก้ไอน้ำคำตราเสือดาว

The screenshot shows a product page for 'ยาแก้ไอน้ำคำตราเสือดาว' (Cobra Brand Cough Syrup) on the website 'weloveshopping.com'. The page features a product image, the name 'ยาแก้ไอน้ำคำตราเสือดาว', and the price '22 บาท'. Below the price, there is a 'ดูรายละเอียด' (View Details) button. The ingredients listed are 'Glycyrrhiza Fluidextract, Antimony Potassium Tartrate, Camphorated Opium Tincture'. The page also includes a 'ซื้อเลย' (Buy Now) button and a 'ดูรายละเอียด' (View Details) button. The page is dated 11/18/2019.

เลขทะเบียนตำรับยา

2A 368/27 (ยาสามัญประจำบ้าน)

โฆษณาทางเว็บไซต์

<https://portal.weloveshopping.com/product/L91545111>

ข้อความโฆษณา

สินค้านี้จากร้านCoDrug <https://store.weloveshopping.com/codrug>) ยาแก้ไอน้ำคำตราเสือดาว พร้อมส่ง สินค้าใหม่..ราคา 22 บาท ส่วนประกอบสำคัญ: Glycyrrhiza Fluidextract, Antimony Potassium Tartrate, Camphorated Opium Tincture สรรพคุณ: บรรเทาอาการไอ ขับเสมหะ... ช่องทางการชำระเงิน ทรูมันนี่ เคาน์เตอร์เซอร์วิส ธนาคาร...

ประเภทเว็บไซต์

e-marketplace

รูปแบบการโฆษณา

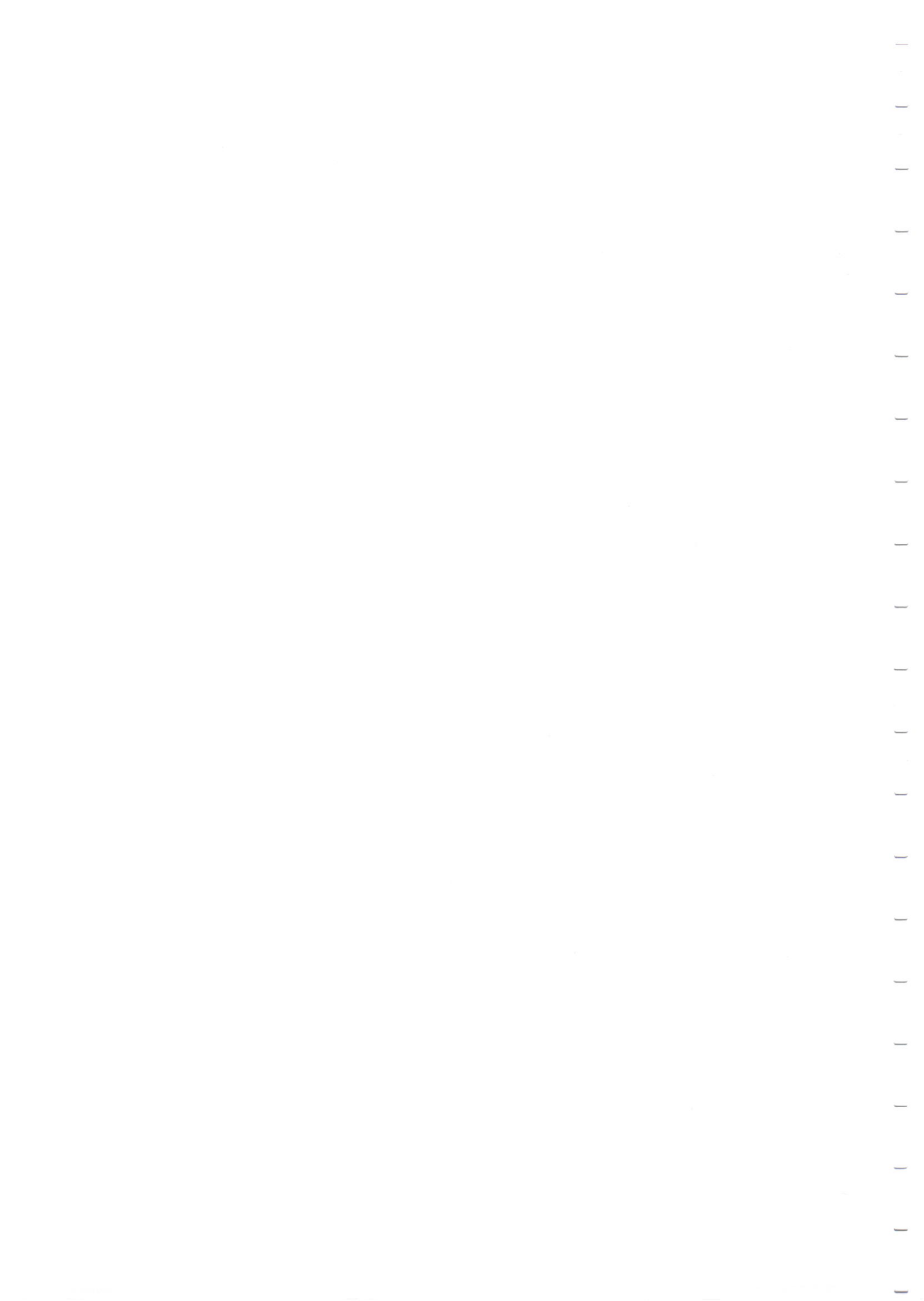
การโฆษณา (Direct Advertising) มีภาพกล่องยาขวดยา ชื่อยา ข้อบ่งใช้ ส่วนประกอบสำคัญ วิธีใช้ยา ราคา รับประกันคืนเงิน

ข้อกฎหมาย

เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาตฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา(ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522

ข้อสังเกต

การโฆษณาสามัญประจำบ้านตำรับนี้แสดงส่วนประกอบของตำรับยา เช่น "Camphorated Opium Tincture" ซึ่งอาจมีการนำไปใช้ในทางที่ผิด การ



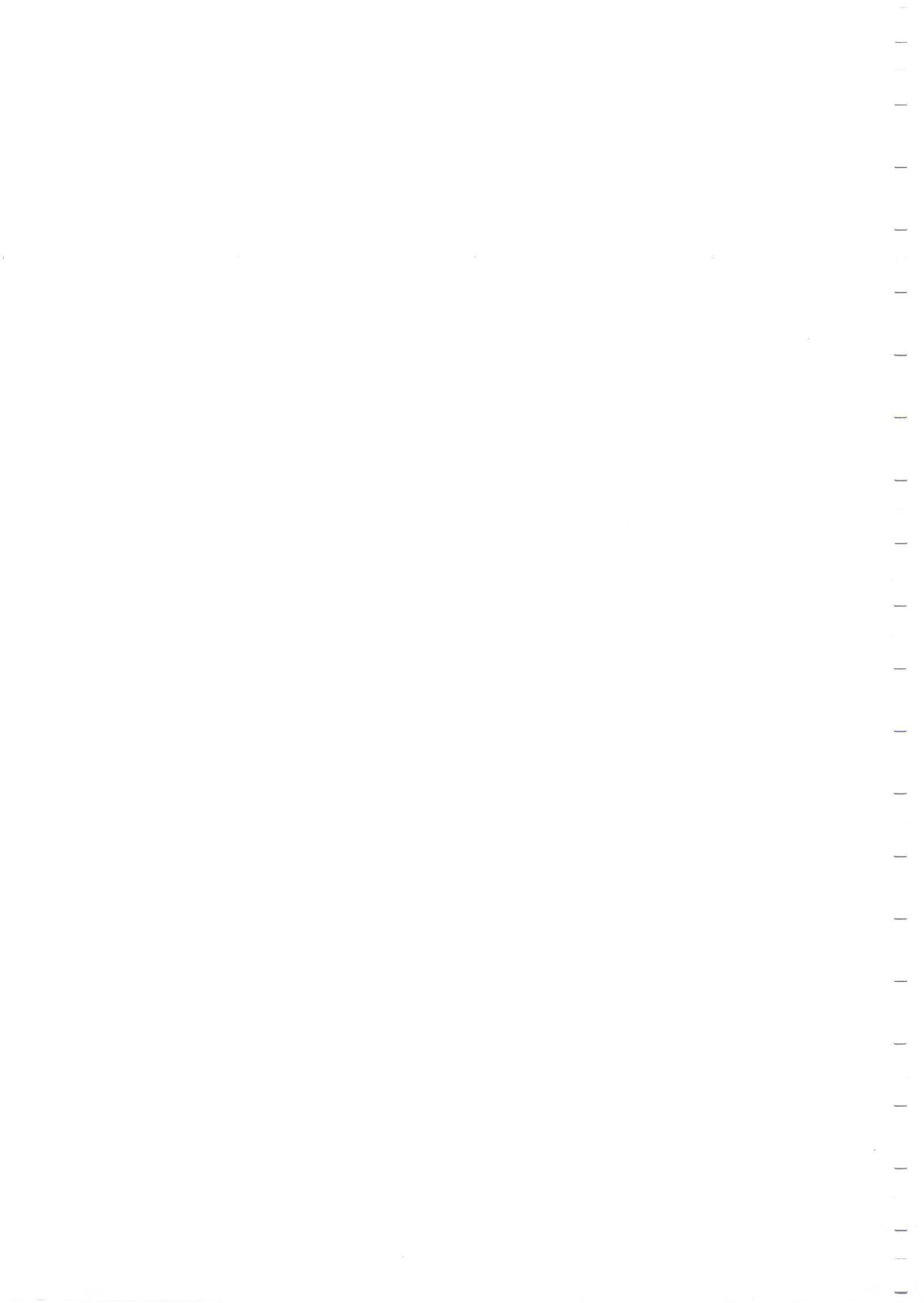
อนุญาตโฆษณาจึงควรกำหนดเงื่อนไขเฉพาะในการโฆษณา เช่น ห้ามแสดง ส่วนประกอบของยาอันอาจเป็นการชักนำไปใช้ในทางที่ผิด

(ข) รหัส 15.11.62.23 : ยาแอร์เอ็กซ์ รสมะนาว

ภาพ 70-71 การโฆษณา ยาแอร์ เอ็กซ์ รสมะนาว

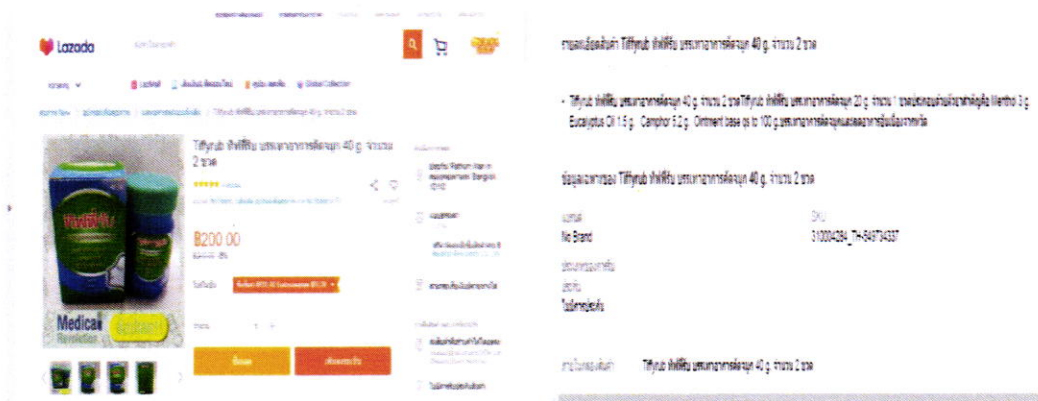


| | |
|-------------------|---|
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | http://farmyarx.lnwshop.com/product/199/air-x-- |
| เลขทะเบียนตำรับยา | 1A 55/50 (ยาสามัญประจำบ้าน) |
| ข้อความโฆษณา | Air - x แอร์-เอ็กซ์ รสมะนาว แผงละ 10 เม็ด ยาสามัญประจำบ้าน QR Code (เชื่อมโยงหน้าโฆษณาที่มีข้อความเดียวกันกับการโฆษณานี้ เชื่อมโยงกับ Facebook Messenger, Line, โทรศัพท์, ฝากข้อความ) การแจ้งโอนเงินได้ 5 ช่องทาง (1) ทางหน้าเว็บ farmyarx.lnwshop.com/informpayment (2) โทร 0874301175 (3)E-mail: farmyarx@gmail.com (4) facebook.com/FarmyaBhesaj หรือ Facebook.com/Medyarx (5) IDline: migfarmyarx ...ช่องทางการชำระเงิน...” |
| ประเภทเว็บไซต์ | ร้านค้า/ร้านยาออนไลน์ |
| รูปแบบการโฆษณา | การโฆษณา (Direct Advertising) มีการแสดงภาพแผงยา ชื่อยา ประเภทยา ราคา ช่องทางชำระเงิน |
| ข้อกฎหมาย | เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาตฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



(ค) รหัส 18.11.62(27) : ยาทิฟพีรับ

ภาพที่ 72-73 การโฆษณา ยาทิฟพีรับ



โฆษณาทางเว็บไซต์
เลขทะเบียนตำรับยา
ข้อความโฆษณา

<https://www.officemate.co.th/th/tiffyrub->

2A 60/44 (ยาสามัญประจำบ้าน)

ยาบรรเทาอาการหวัดคัดจมูก 10 กรัม ทิฟฟี่รับ ยาระเหย ชนิดขี้ผึ้ง บรรเทา
อาการหวัด คัดจมูก และลดอาการอื่นเนื่องจากหวัด...เป็นยาสามัญประจำบ้าน
วิธีใช้ทาบริเวณลำคอ หน้าอกและหลัง คำแนะนำ และข้อควรระวัง ห้าม
รับประทาน เก็บยาให้พ้นจากมือเด็ก หากมีอาการแพ้ควรหยุดใช้ และปรึกษา
แพทย์ การเก็บรักษา ปิดฝาให้สนิท และไม่ให้อุณหภูมิสูงเกินไป ควรเก็บที่อุณหภูมิต่ำกว่า
30 องศา เซ็นไซโปรโมชัน ชื่อสินค้าครบ 10,000 รับฟรี กระเป๋ากันน้ำ...

ประเภทเว็บไซต์
รูปแบบการโฆษณา

ร้านค้าออนไลน์ (หมวดสุขภาพ)

การโฆษณา (Direct Advertising) ที่มีการแสดงภาพแพคเกจยา ชื่อยา ประเภทยา
ราคา

ข้อกำหนด

1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาตฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ แห่ง
พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา
(ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522
2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยวิธีการแถมพก ฝ่าฝืนมาตรา 90 แห่ง
พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510



1.4.4 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย: ยาควบคุมพิเศษ และตัวอย่าง

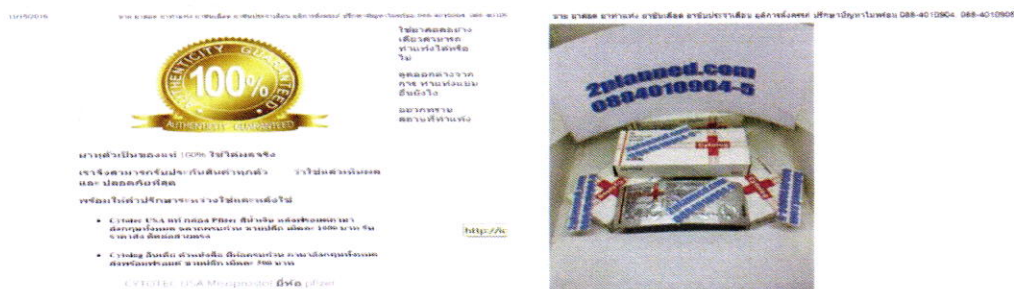
จากแผนภูมิที่ 1 ผลการตรวจสอบการโฆษณาขายประเภทต่างๆ ทางสื่อออนไลน์ ระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562 พบว่า เป็นการโฆษณาขายยาควบคุมพิเศษที่ไม่ได้รับอนุญาตโฆษณา จำนวน 18 รายการ ตัวอย่างการโฆษณาควบคุมพิเศษที่ไม่ได้รับอนุญาตโฆษณา จำนวน 4 รายการ ดังต่อไปนี้

(ก) รหัส 15.11.62.2 : Cytotec, Cytolog, RU486

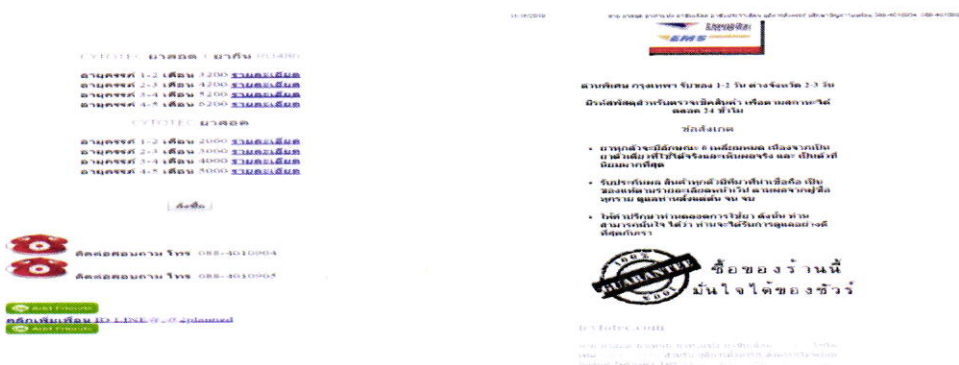
ภาพ 74-75 การโฆษณา ยา Cytotec

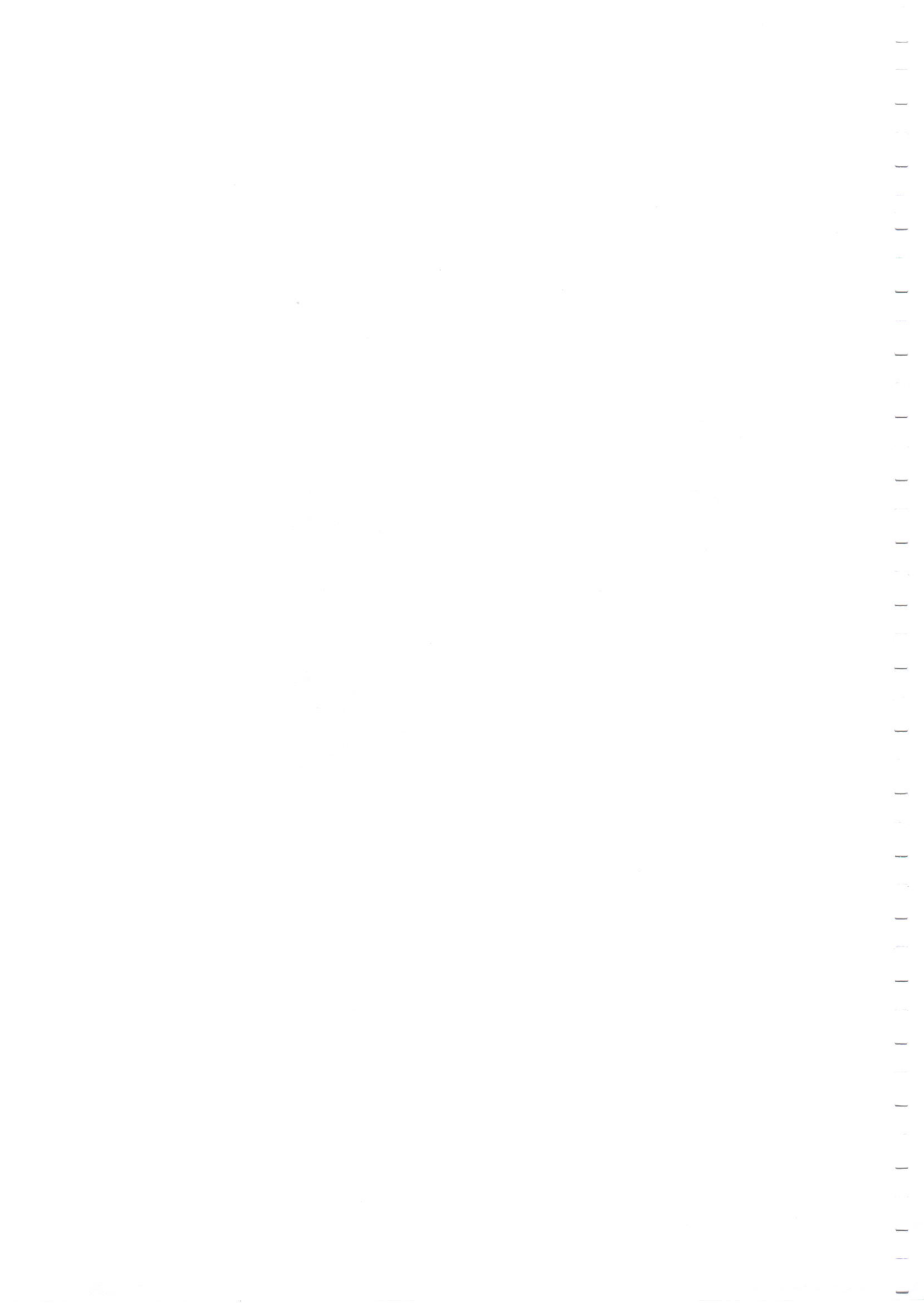


ภาพ 76-77 การโฆษณา ยา Cytolog

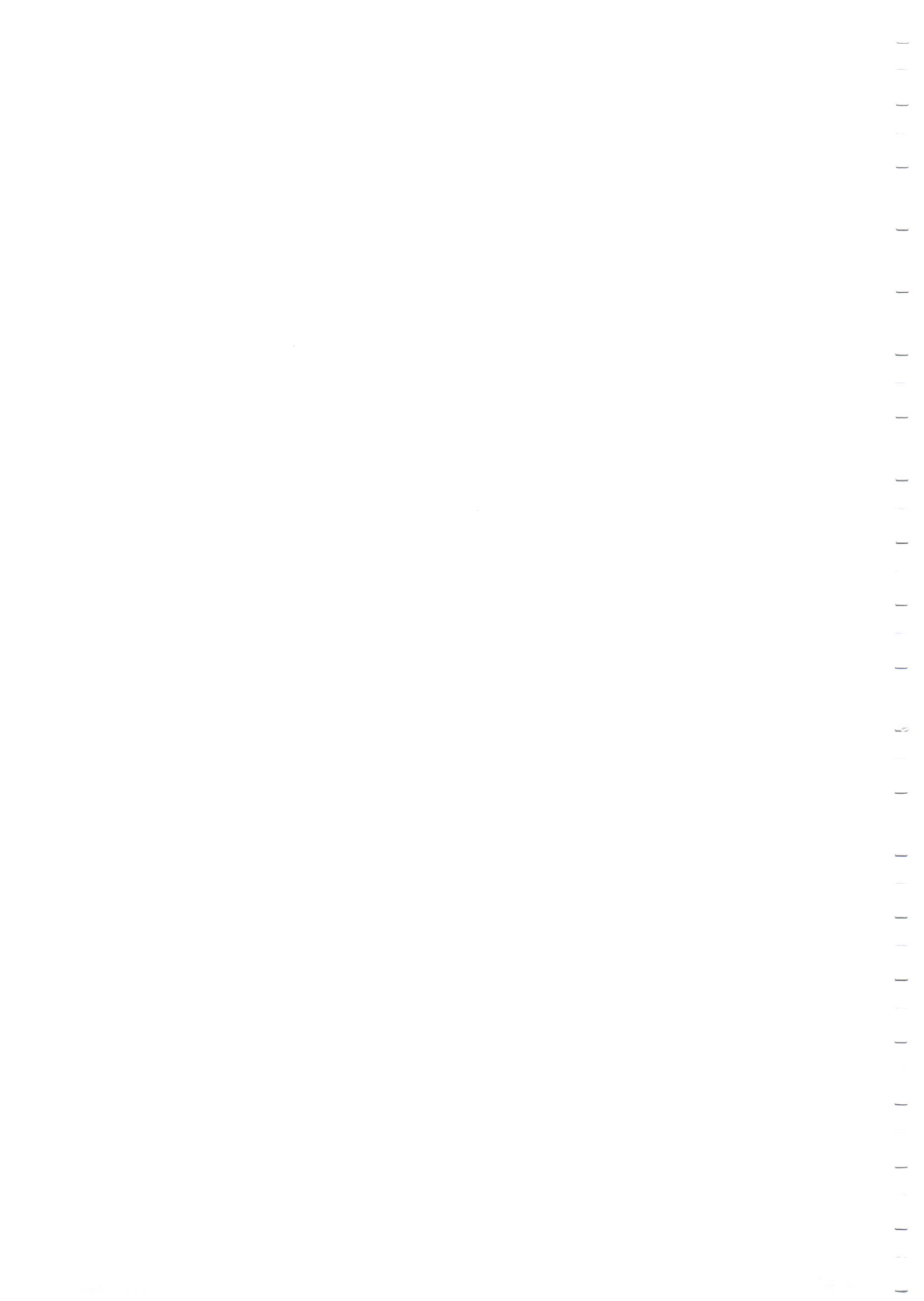


ภาพ 78-79 การโฆษณา ยา Cytotec, Cytolog, RU 486





| | |
|-------------------|--|
| เลขทะเบียนตำรับยา | Cytotec 1C 38/46 (ยาควบคุมพิเศษ) Cytolog ไม่พบเลขทะเบียนตำรับยา และ RU486 ไม่พบ เลขทะเบียนตำรับยา |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | www.icytotec.com |
| ประเภทเว็บไซต์ | ร้านค้าออนไลน์ |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา ราคา วิธีใช้ยา QR code เชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่น เช่น Line |
| ข้อความโฆษณา | ขายยาสอด ยาเหน็บ ยาทำแท้ง ขับเลือด Cytotec ของแท้ รับรองผล โทร...ยา ทุกตัวเป็นของแท้ 100% ใช้ได้ผลจริง ...เราจึงสามารถรับประกันสินค้าทุกตัวว่า ใช้แล้วเห็นผลและปลอดภัยที่สุด พร้อมให้คำปรึกษาระหว่างใช้และหลังใช้... แท้ ขยายปลีก เม็ดละ 1000 บาท.. Cytolog อินเดีย ขยายปลีก เม็ดละ 500 บาท .. RU486 CYTOTEC ยาสอด + ยากิน RU486 อายุครรภ์ 1-2 เดือน 3200รายละเอียด อายุครรภ์ 2-3 เดือน 4200รายละเอียด อายุครรภ์ 3-4 เดือน 5200รายละเอียด อายุครรภ์ 4-5 เดือน 6200รายละเอียด CYTOTEC ยาสอด อายุครรภ์ 1-2 เดือน 2000รายละเอียด อายุครรภ์ 2-3 เดือน 3000รายละเอียด อายุครรภ์ 3-4 เดือน 4000รายละเอียด อายุครรภ์ 4-5 เดือน 5000รายละเอียด สงสัยติดต่อสอบถาม โทร. 088-4010904 โทร. 088-4010905 คลิกเพิ่มเพื่อน ID LINE@:2planned ;ID :2planned ;ID :2planned2 |
| ข้อกำหนด | 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยโอ้อวดสรรพคุณยาว่า สามารถรักษาอาการของ โรคได้อย่างหายขาด ฝ่าฝืนมาตรา 88(1) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำแท้ง ฝ่าฝืนมาตรา 88 (4) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 3. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาควบคุมพิเศษ ฝ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 4. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88ทวิ แห่งพระราช บัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |

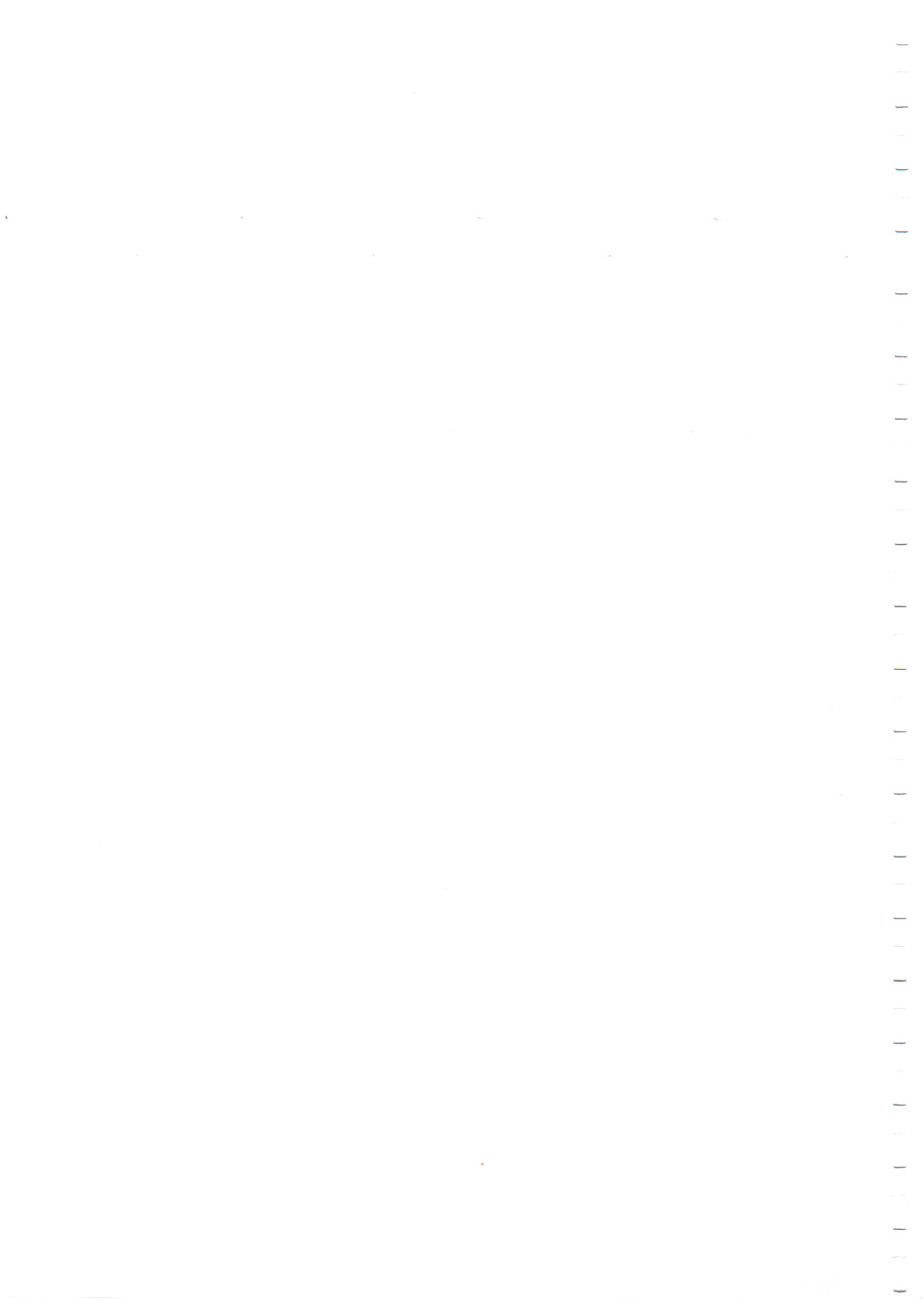


(ข) รหัส 15.11.62.9.9 : Botulax

ภาพที่ 80-81 การโฆษณา Botulax

The screenshot shows the website for Botulax Hugel (korea). The page features a navigation menu at the top, a search bar, and a main content area with a QR code and product details. The QR code is labeled 'QR Code' and is intended for linking to the product page. The text on the page describes the product as a botulinum toxin used for facial wrinkles.

| | |
|-------------------|---|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 1C 4/54 (ยาควบคุมพิเศษ) |
| ข้อความโฆษณา | Botulax Hugel (korea) ออย.แพ็กเกจช่วยลดเลือนริ้วรอยบนใบหน้าที่เกิดจากการแสดงสีหน้าเพราะสีหน้าของคนเปลี่ยนแปลงไปจากการขยับตัวของกล้ามเนื้อ จะทำให้เกิดรอยตีนกา และรอยย่นรอบดวงตา...ปรับโครงหน้า (ลดกราม) ลดขนาดน่อง...ปรับรูปคิ้ว...ข้อดีของการฉีดโบท็อกซ์ เป็นสารที่ปลอดภัย เพราะสามารถสลายไปเองด้วยร่างกายของเราทั้งหมด ไม่ตกค้าง.. Botulax Hugel (korea) ออย.แพ็กเกจ – จำหน่ายกลุ่มดำ แบบฉีด โบท็อกซ์ Botoxgluta By Kat : Inspired by LnwShop.com |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.botoxgluta.com/product/58/botulax-hugel-korea-ออย-แพ็กเกจ? |
| ประเภทเว็บไซต์ | ร้านค้าออนไลน์ |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาแบบตรงโฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา ราคา วิธีใช้ยา QR code เชื่อมโยงข้อมูล |
| ข้อกำหนด | 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาควบคุมพิเศษ ฝ่าฝืน มาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



(ค) รหัส 16.11.62.7.67 : Sidegra

ภาพ 82-83 การโฆษณา ยา Sidegra

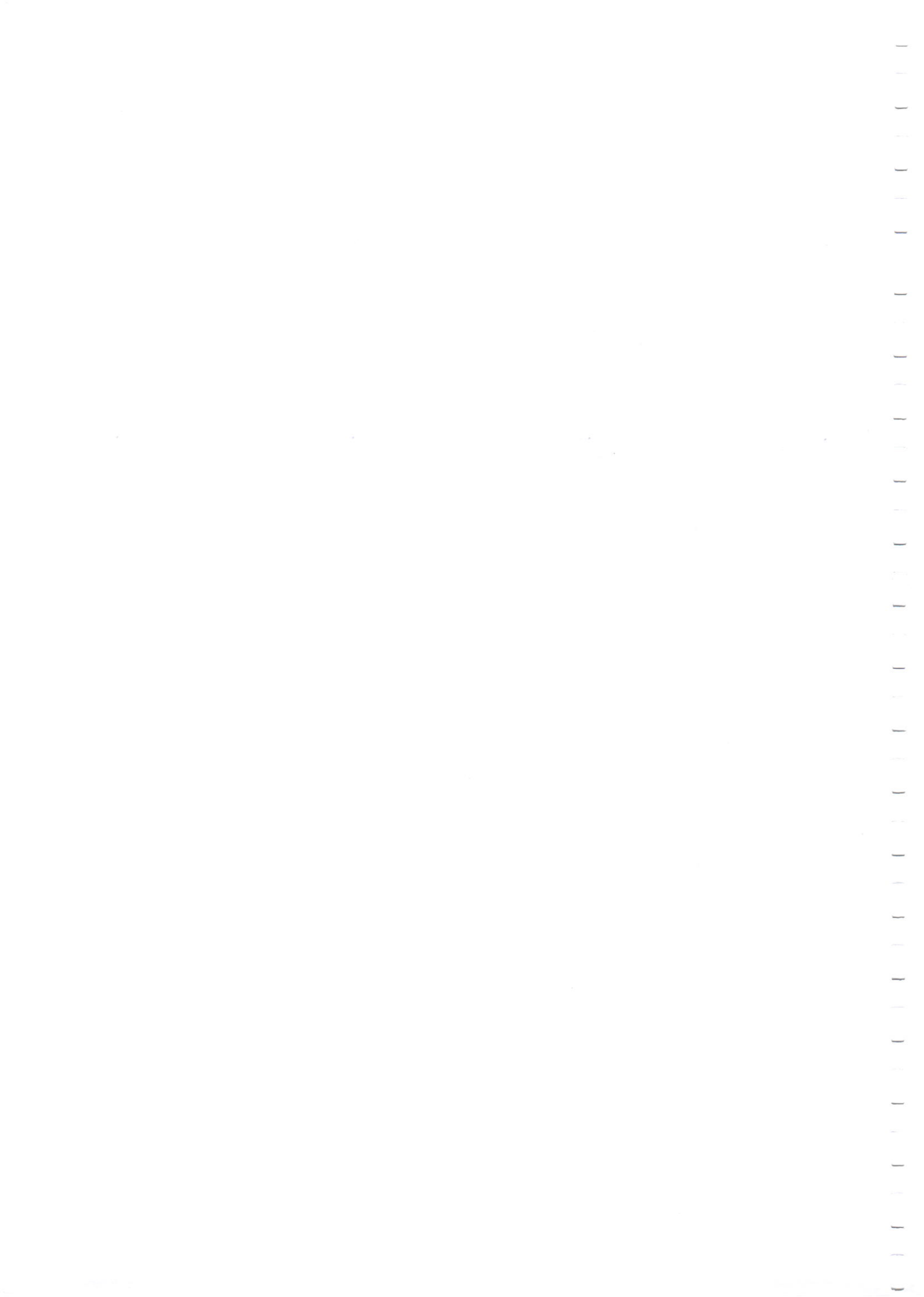
Sidegra 50 mg (Sildenafil)
Sidegra 100 mg (Sildenafil)

Sidegra (Sildenafil) คือ Sildenafil
 • ใช้สำหรับรักษาโรคหลอดเลือดหัวใจ
 • ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในชาย...ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในผู้ชาย (Erectile dysfunction; ED)
 • ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในผู้ชาย (Erectile dysfunction; ED)
 • ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในผู้ชาย (Erectile dysfunction; ED)

Sidegra (Sildenafil) คือ Sildenafil
 • ใช้สำหรับรักษาโรคหลอดเลือดหัวใจ
 • ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในชาย...ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในผู้ชาย (Erectile dysfunction; ED)
 • ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในผู้ชาย (Erectile dysfunction; ED)
 • ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในผู้ชาย (Erectile dysfunction; ED)

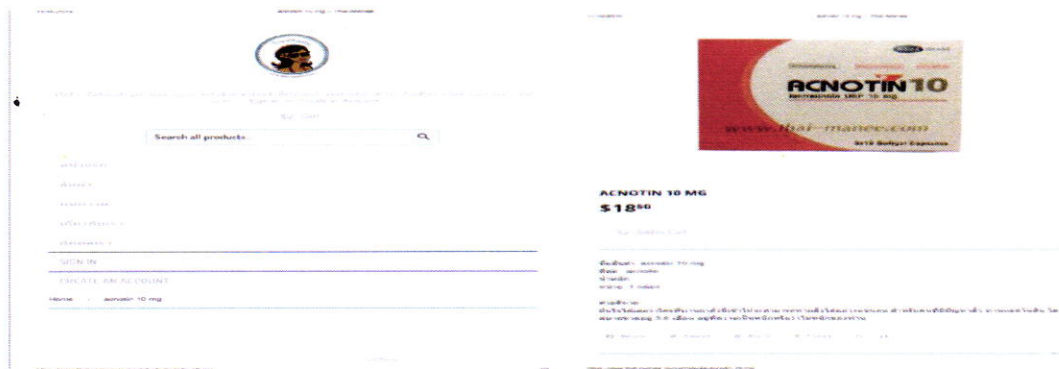
Sidegra (Sildenafil) คือ Sildenafil
 • ใช้สำหรับรักษาโรคหลอดเลือดหัวใจ
 • ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในชาย...ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในผู้ชาย (Erectile dysfunction; ED)
 • ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในผู้ชาย (Erectile dysfunction; ED)
 • ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในผู้ชาย (Erectile dysfunction; ED)

| | |
|-------------------|--|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 1A 21/55 (NG) (ยาควบคุมพิเศษ) |
| ข้อความโฆษณา | คลิกขนาดที่ต้องการเพื่อไปทำออเดอร์ วิธีการสั่งซื้อ Sildenafil..เป็นตัวยาเดียวกันกับ Viagra..ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในชาย...ใช้สำหรับรักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศในผู้ชาย (Erectile dysfunction; ED) วิธีใช้ – รับประทานตามคำแนะนำของแพทย์ – รับประทานครั้งละ 1 เม็ด (50 mg หรือ 100 mg) สูงสุดไม่เกิน 100 mg ต่อวัน ก่อนมีเพศสัมพันธ์ ประมาณ 1 ชั่วโมง ผู้สูงอายุที่อายุมากกว่า 65 ปี ควรเริ่มจากขนาดยาต่ำคือ 25 mg ข้อห้าม ห้ามใช้ร่วมกับยากลุ่มไนเตรททุกรูปแบบ (เช่น nitroglycerin, isosorbide dinitrate เป็นต้น) ไม่ว่าจะเป็นการใช้ประจำหรือชั่วคราวครั้งชั่วคราว |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | www.sidegra.com |
| ประเภทเว็บไซต์ | ร้านค้าออนไลน์ |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา ราคา วิธีใช้ยา |
| ข้อกำหนด | 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาควบคุมพิเศษ ฝ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |

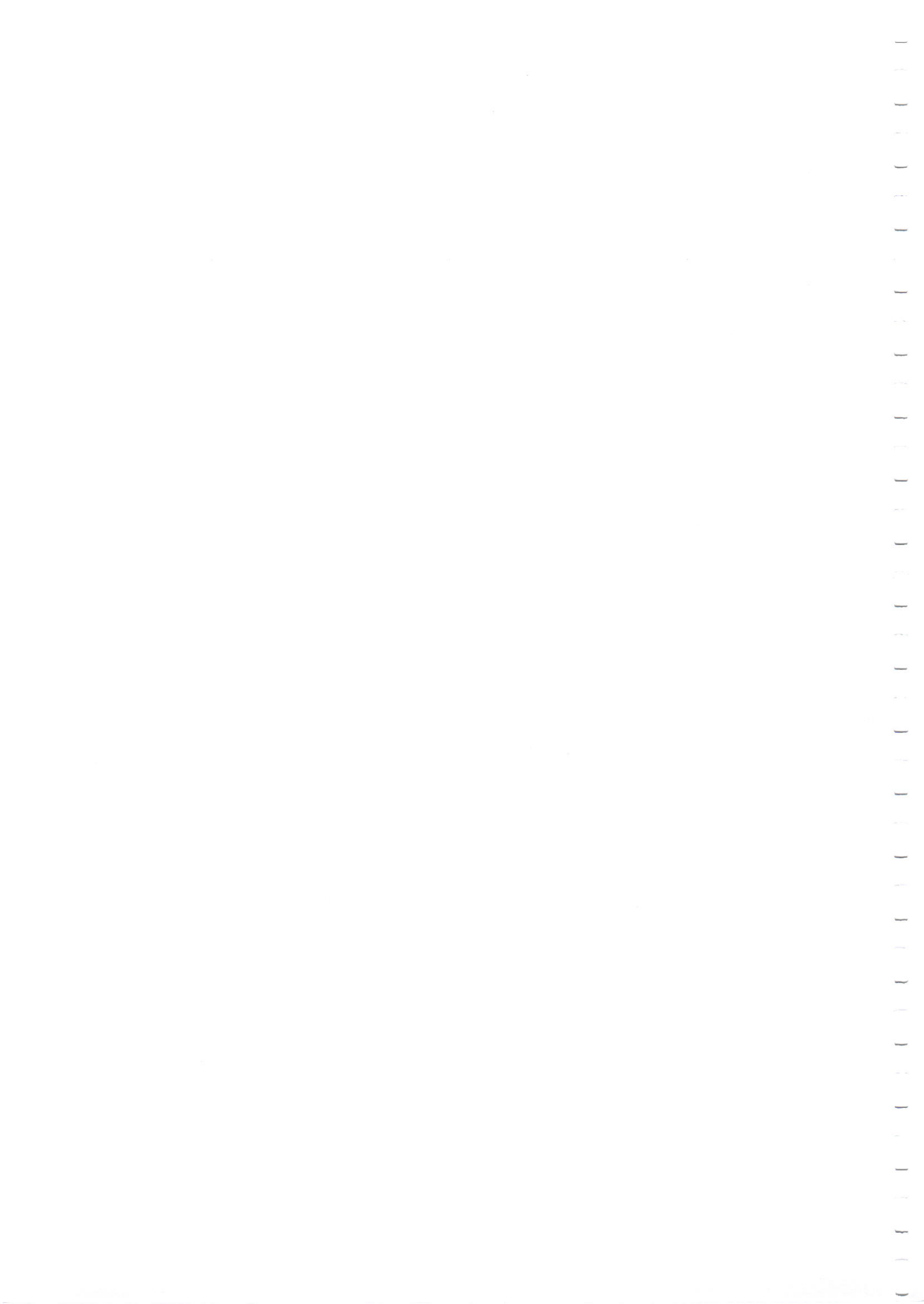


(ง) รหัส 16.11.62.16 : Acnotin 10

ภาพ 84-85 การโฆษณา ยา Acnotin 10



| | |
|-------------------|--|
| เลขทะเบียนตำรับยา | 1A 868/43 (ยาควบคุมพิเศษ) |
| ข้อความโฆษณา | สวัสดีจ้า ยินดีต้อนรับลูกค้าทุกท่านนะคะ สนใจสินค้าตัวไหนสั่งซื้อได้เลยจ้า ต้องการสินค้าตัวไหนไม่มีในร้าน แม่ค้าหาให้ได้เลยจ้า... Sign in or Create an Account ...รูปรถเข็น...search มั่นใจได้เลยว่า ใครทานยาตัวนี้เข้าไปจะสามารถหายสิวได้อย่างแน่นอน สำหรับคนมีปัญหาสิว ทานแอดโนติน..หายขาดอยู่ 3-6 เดือน อยู่ที่ว่าเป็นหนักหรือไม่หนักของท่าน |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.thai-manee.com/products/acnotin-10-mg |
| ประเภทเว็บไซต์ | ร้านค้าออนไลน์ |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ชื่อยา ภาพยา ราคา สรรพคุณ วิธีใช้ยา การสั่งซื้อยา |
| ข้อกฎหมาย | <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยโอ้อวดสรรพคุณย่าว่าสามารถรักษาอาการของโรคได้อย่างหายขาดแสดงสรรพคุณยาควบคุมพิเศษ ฝ่าฝืนมาตรา 88(1) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาควบคุมพิเศษ ฝ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 3. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



1.5 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย: ไม่พบข้อมูลทะเบียนตำรับ และตัวอย่าง

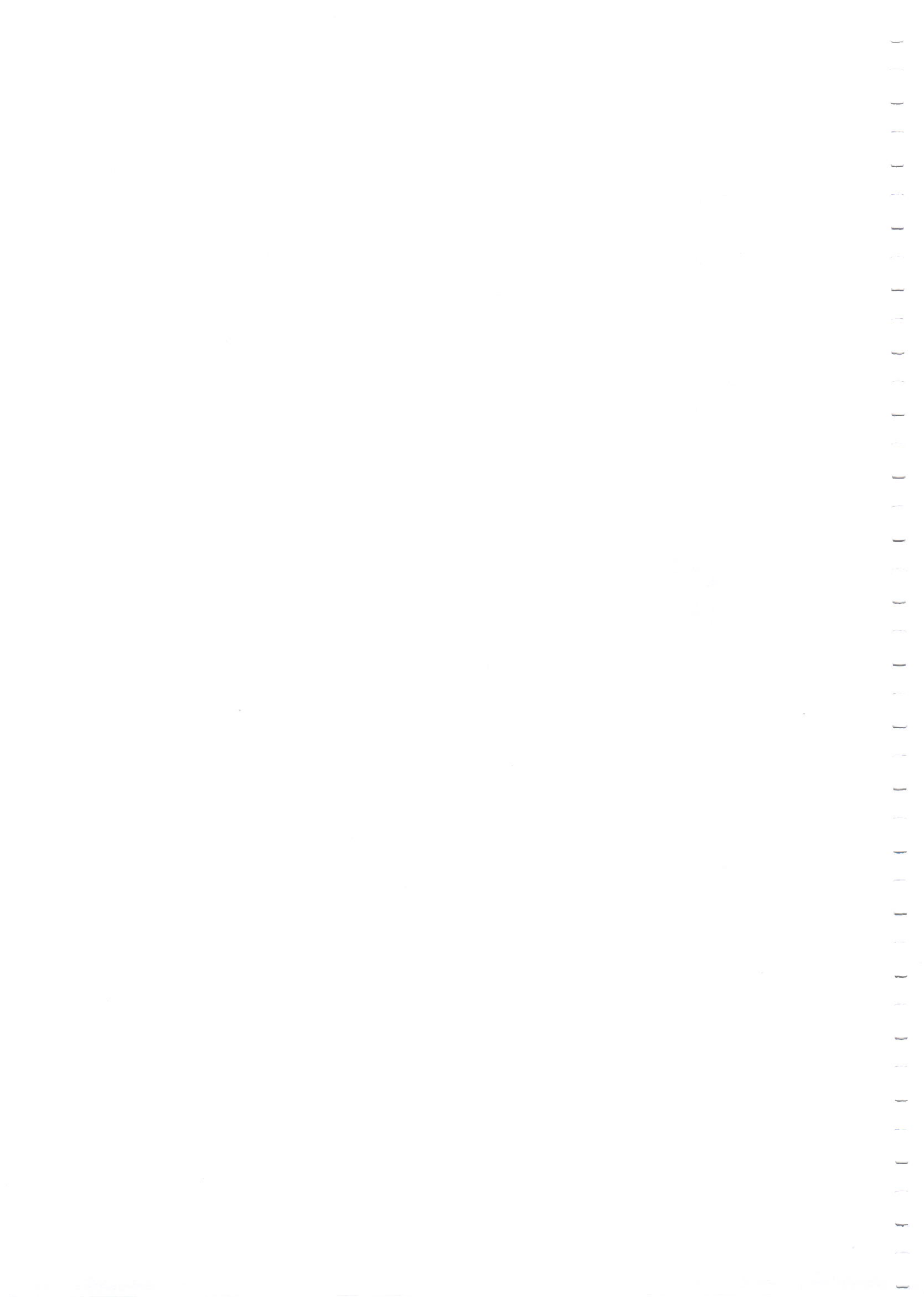
จากแผนภูมิ 1 ผลการตรวจสอบการโฆษณายาประเภทต่างๆ ทางสื่อออนไลน์ พบการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย ซึ่งไม่พบข้อมูลทะเบียนตำรับยาและไม่ได้ขออนุญาตโฆษณา จำนวน 25 รายการ เช่น กลุ่มยาอ้างเป็นยาทำแท้ง Cytolog (ตัวยา Mesoprostol), MTPill (ตัวยา Mifepristone), RU486 (ตัวยา Mifepristone), กลุ่มยาอ้างเป็นยาบำรุงกามสำหรับผู้ชาย: Procomil Spray (ตัวยา Lidocaine), Maxman Cream (ตัวยา Lidocaine), ไวอากร้าโกลด์ (ตัวยา Sildenafil), กลุ่มยารักษาหนองใน ตัวอย่างการโฆษณาและผลการสืบค้นข้อมูล ตัวอย่างจำนวน 4 รายการ ดังต่อไปนี้

(ก) รหัส 15.11.62.49 : Procomil สเปรย์ชะลอการหลัง

ภาพ 86-87 การโฆษณา Procomil Spray



| | |
|-------------------|---|
| เลขทะเบียนตำรับยา | ไม่พบ |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.lazada.co.th/products/procomil |
| ข้อความโฆษณา | สเปรย์ชะลอการหลัง ...สำหรับท่านชาย เพื่อเวลาแห่งความสุขที่ยาวนานขึ้น สำหรับท่านชายที่กำลังประสบปัญหาเรื่องการหลัง และต้องการยืดเวลามีเพศสัมพันธ์ให้ยาวนานขึ้น |
| รูปแบบการโฆษณา | โฆษณาขายยา (Direct Advertising) ลดราคา ซื้อมา กล่องยา ภาพรถเข็น สำหรับการสั่งซื้อมา |
| ประเภทเว็บไซต์ | e-marketplace |
| ข้อกฎหมาย | <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นการโฆษณาขายยาทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกาม ฝ่าฝืนมาตรา 88(4) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88(4) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



(ข) รหัส 15.11.62.54 : Gold Vigra

ภาพ 88-89 การโฆษณา Gold Vigra

ชื่อสินค้า: บอรัลนาฟีล
<https://www.madnessthailand.com/th/category/83274/category-83274>
<https://www.madnessthailand.com/th/category/228622/category-228622>
<https://www.madnessthailand.com/th/>

ชื่อสินค้า: บอรัลนาฟีล

เพิ่มสินค้าลงในรถเข็น

Gold Vigra บอรัลนาฟีล (แท็บเล็ต)

Gold Vigra บอรัลนาฟีล เป็นยาผสมผสานของตัวยาซิลเดนาฟีลและตัวยาจินเซ็งจากอเมริกา โดยสารที่รวมอยู่ในยาจะช่วยให้เลือดไหลเวียนได้ดีขึ้น ทำให้ช่วยขยายหลอดเลือด และเพิ่มการไหลเวียนของเลือดไปยังอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย ทำให้ช่วยเพิ่มความต้องการทางเพศ เพิ่มความต้องการทางเพศ และเพิ่มความต้องการทางเพศ

ขนาดบรรจุภัณฑ์ : 1 แผง 16 เม็ด ขนาดยา 3000 mg

<https://www.madnessthailand.com/th/product/351622/product-351622>

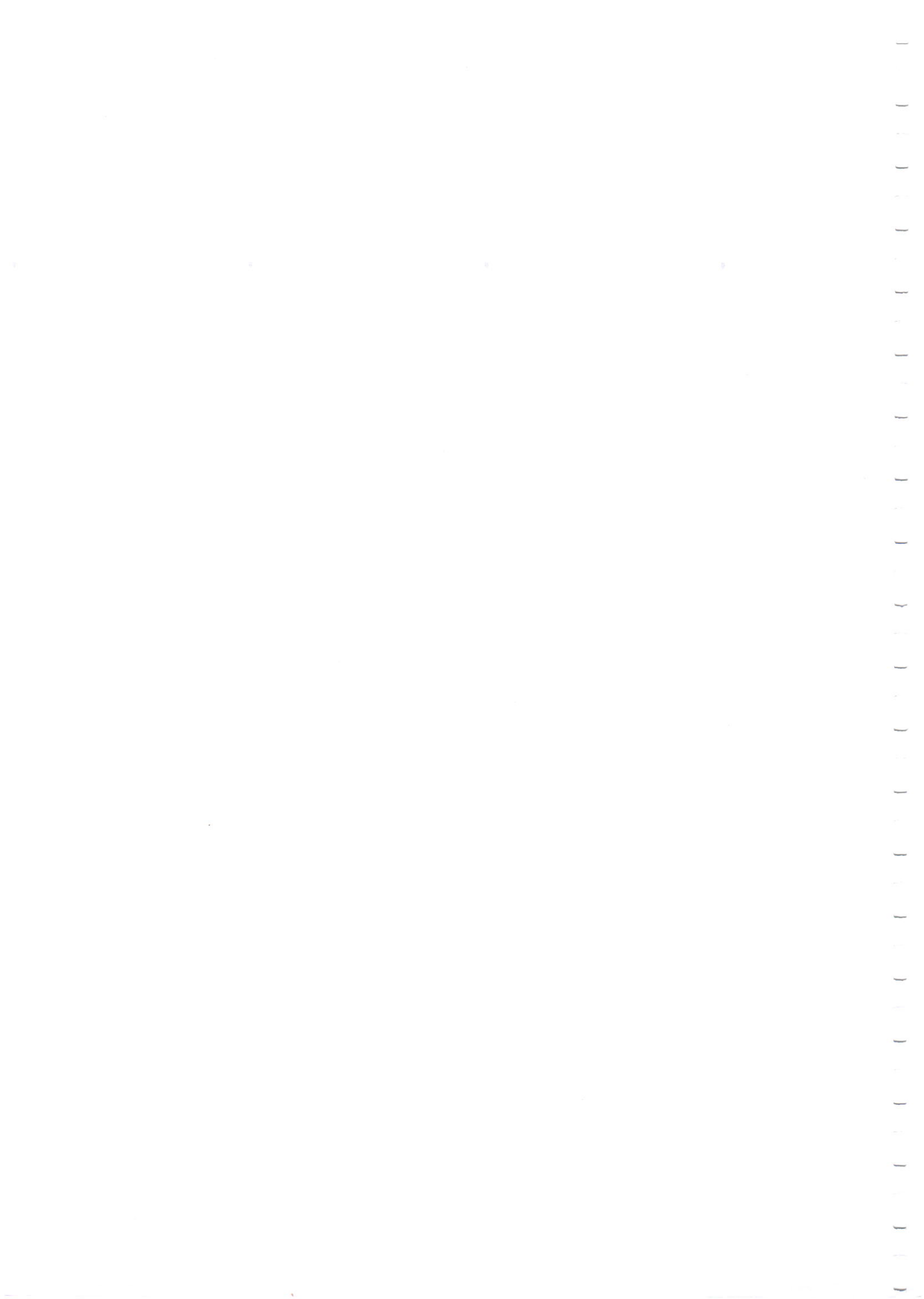
11/16/2019 Gold Vigra บอรัลนาฟีล - Madnessthailand

ภาพโฆษณาเว็บไซต์

1. ยาซิลเดนาฟีล 50mg 1 เม็ด ผสมกับจินเซ็ง 1000mg (ขนาดบรรจุภัณฑ์ 16 เม็ด)
2. ยาซิลเดนาฟีล 50mg 1 เม็ด ผสมกับจินเซ็ง 1000mg (ขนาดบรรจุภัณฑ์ 16 เม็ด)
3. ยาซิลเดนาฟีล 50mg 1 เม็ด ผสมกับจินเซ็ง 1000mg (ขนาดบรรจุภัณฑ์ 16 เม็ด)

Tel.0999714728 @madnessthailand www.madnessthailand.com

| | |
|-------------------|--|
| เลขทะเบียนตำรับยา | ไม่พบ |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.madnessthailand.com/th/product/351622/product-351622 |
| ข้อความโฆษณา | สินค้าคุณภาพเยี่ยมอันดับหนึ่ง ต้นตำรับของแท้จากอเมริกา ตัวยา Sildenafil (ซิลเดนาฟีล) โดยบริษัท...ประเทศอเมริกา คุณสมบัติ... คือ อีดี...สูตรเพิ่มประสิทธิภาพให้อวัยวะแข็งตัวได้เต็มที่ ทำให้ท่านเข้าสู่สนามรักได้นาน 7-8 ชั่วโมง ตัวยาช่วยทำหน้าที่สมดุลทั้งหมดในระบบไหลเวียนของโลหิตในสมองของท่านให้เป็นไปปกติ...กระบวนการผลิตได้มาตรฐาน GMP รับรองความปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย ไม่มีสารตกค้าง...Messenger และ Line @Madnessthailand |
| รูปแบบการโฆษณา | เป็นโฆษณาขายยา (Direct Advertising) มีชื่อยา กล่องยา ราคาขาย ข้อบ่งใช้ เชื่อมโยง Messenger และ Line ภาพรถเข็นสำหรับการสั่งซื้อยา |
| ประเภทเว็บไซต์ | ร้านค้าออนไลน์ |
| ข้อกำหนด | <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นการโฆษณาขายยาทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกาม ผ่าฝืนมาตรา 88 (4) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ผ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



(ค) รหัส 17.11.62.31 : ยารักษาหนองใน

ภาพ 90-91 การโฆษณาการรักษาหนองใน



เลขทะเบียนตำรับยา

ไม่พบ

โฆษณาทางเว็บไซต์
363931384183095/

<https://www.facebook.com/บ้านGn-รักษาหนองใน-363931384183095/>

ข้อความโฆษณา

บ้านยา GN จำหน่ายยารักษาหนองในโดยเภสัชกร...ปลอดภัย ..มีอย. รับรอง.. ใช้จ่ายคุณภาพสูง ไม่เลี้ยวไข หายขาดภายใน 1-2วัน ชุดเร่งด่วน ราคา 650 บาทรวมค่า พร้อมให้คำปรึกษาโดยเภสัชกร จัดส่งพิเศษ ใช้เวลาไม่ถึง 1 วัน หนองหยุดไหล สำหรับผู้ใจร้อนอยาก หายไวๆ ชุดนี้ เป็นเรือธงมา 5-6 ปีก็รักษาหายขาดได้ครับ มีของพร้อม ส่งทุกวัน...ของพร้อมส่งทุกวันแบบด่วนพิเศษ ไม่มีวันหยุดครับผม หรือคลิกแอดไลน์ :

<https://line.me/ti/p/db9A0X5b2y> โทร 0943597422

Line ID 0943597422#ยารักษาหนองใน#วิธีการรักษาหนองใน

รูปแบบการโฆษณา

การโฆษณาแฝง (Indirect Advertising) โฆษณาขายยาโดยแสดงกลุ่มยารักษาโรคหนอง ไม่แสดงชื่อการค้า มีราคาขาย แจ้งช่องทางการสั่งซื้อยา

ประเภทเว็บไซต์

social media

ข้อกำหนด

1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยทำให้เข้าใจว่าสามารถรักษาโรคได้อย่างหายขาด ฝ่าฝืนมาตรา 88(1) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510
2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522

ข้อสังเกต

การโฆษณาขายยานี้แสดงชื่อกลุ่มยา ไม่ระบุชื่อการค้าวิเคราะห์จากข้อความแล้ว

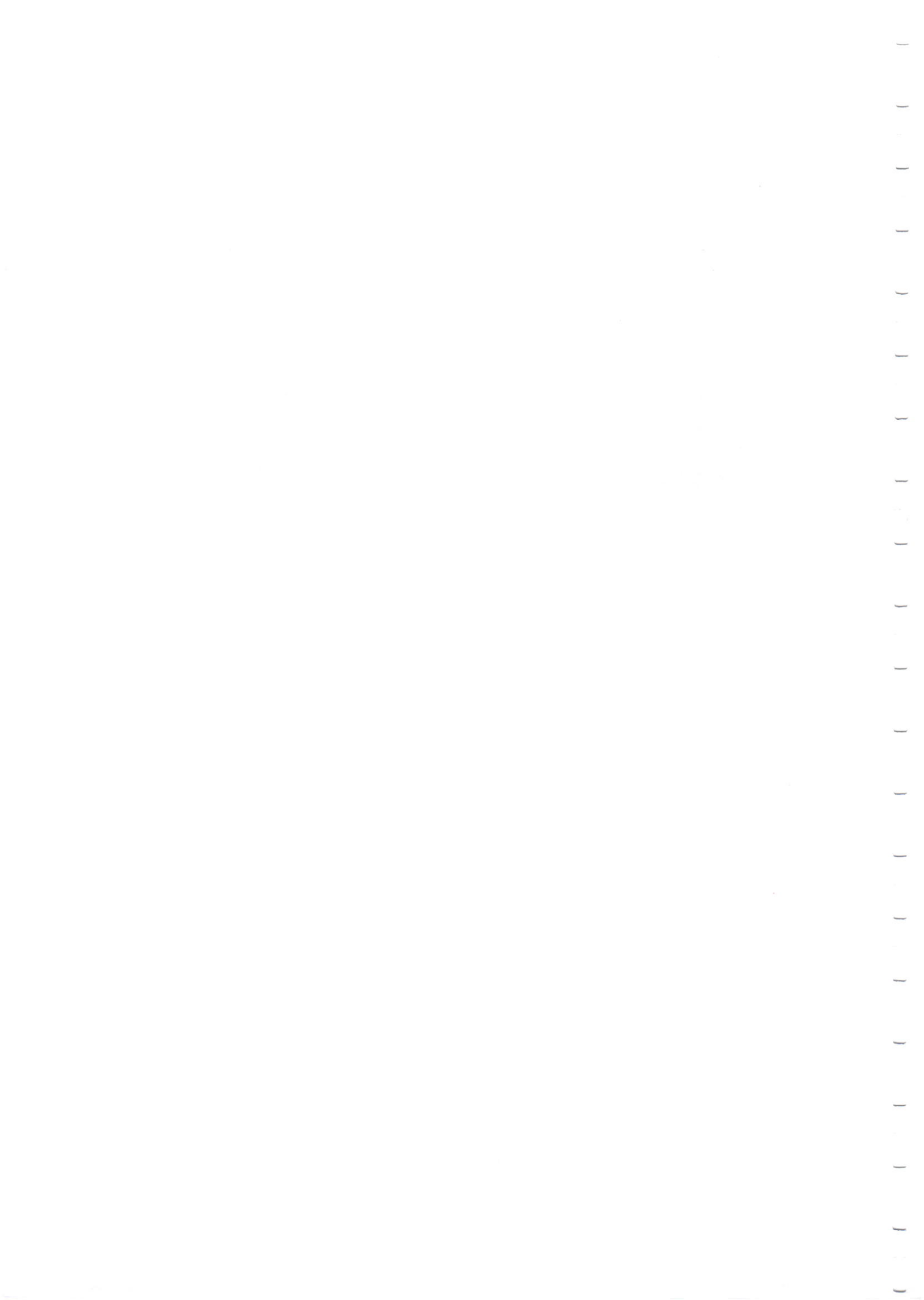


เป็นการโฆษณาขายยา เนื่องจากผู้โฆษณามีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ทางการค้า
(ง) รหัส 18.11.63.52 : EVE Quick

ภาพ 92-93 การโฆษณา EVE Quick

The image shows a screenshot of a Lazada product page for 'EVE Quick' ibuprofen tablets. The page features a product listing with a price of ฿440.00 and a promotional banner. The banner includes a woman's face and the text 'I'm EVE' and '頭痛に速く効く' (Headache relief is fast and effective). The product is described as 'EVE Quick อีฟ ควิก ยาลดไข้บรรเทาอาการปวด แก้กักเสบ ต้มยาไอบูพรเฟน 40 เม็ด'.

| | |
|-------------------|---|
| เลขทะเบียนตำรับยา | ไม่พบ |
| โฆษณาทางเว็บไซต์ | https://www.lazada.co.th/products/eve-quick-ibuprofen-40- |
| ข้อความโฆษณา | Eve Quick อีฟ ควิก ยาลดไข้บรรเทาอาการปวด ต้มยา ibuprofen ไอบูพรเฟน エスエス製薬 จากประเทศญี่ปุ่น ขนาด 40 เม็ด ฿440.00 ครบทุก... I'm EVE...EVE Quick ยาลดไข้แก้อักเสบ บรรเทาอาการปวดจากประเทศ ญี่ปุ่น มีประสิทธิภาพช่วยลดไข้และบรรเทาอาการปวดศีรษะ ปวดประจำเดือน ปวดฟัน และอาการปวดอื่นได้...ยังมีฤทธิ์ในการต้านอาการอักเสบ ออกฤทธิ์ บรรเทาอาการปวดได้อย่างรวดเร็ว และยังมีอ่อนโยนต่อกระเพาะอาหาร. |
| รูปแบบการโฆษณา | เป็นโฆษณาขายยา (Direct Advertising) มีชื่อยา กล่องยา ราคาขาย ข้อบ่งใช้ ภาพรถเข็นสำหรับการสั่งซื้อยา |
| ประเภทเว็บไซต์ | e-marketplace |
| ข้อกำหนด | 1. เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย ฝ่าฝืนมาตรา 88(6) แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 2. เป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต ฝ่าฝืนมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติ ยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 |



1.6 อื่นๆ : รูปแบบการรีวิวประสบการณ์การรับการรักษาตามโครงการณรงค์ ได้แก่

รหัส 16.11.62.32 : ยา PREP

ภาพ 94-95 ยา PREP

เขียนโดย: พิชิตเฉลิมเดช

ตรวจสอบความถูกต้องโดย: พญ. [Redacted]

งานป้องกัน ศูนย์วิจัยโรคเอดส์ สภากาชาดไทย

ยาสูตรแรกที่พื้กิน คือ EFV+3TC+TDF เป็นสูตรแยกเม็ด กิน 2 เวลา คือ 9.00น. กับ 21.00น. พื้กินยาสูตรนี้มา 1 ปี จนกดไวรัสได้ต่ำกว่า 40ก๊อปปี้ ได้สำโรง หรือ Undetectable หรือ อยู่ในสถานะไม่แพร่เชื้อแล้ว

ปรากฏว่ามีผลข้างเคียงทำให้เป็นโรคซึมเศร้า EFV จะกดไวรัสได้ดี แต่จะมีผลข้างเคียง คือ มึน และ ฝันร้าย สันคจากที่สูง สันนากลัวๆ หมอเลยมักจะแนะนำสูตรที่โหดใหม่ๆกิน และถ้ากินแล้วตอบสนองต่อยาดี หมอจะร่ายตั้ง 3 สูตรให้อยู่ใน 1 เม็ด ก็คือ สูตร Teeviv นั่นเอง

#จึงมีนยาวิยาอายุที่จะเปลี่ยนสูตรยาเพราะแค่จะตอบสนองต่อยาไม่เหมือนกัน

ยาสูตรแรกที่พื้กิน คือ EFV+3TC+TDF เป็นสูตรแยกเม็ด กิน 2 เวลา คือ 9.00น. กับ 21.00น. พื้กินยาสูตรนี้มา 1 ปี จนกดไวรัสได้ต่ำกว่า 40ก๊อปปี้ ได้สำโรง หรือ Undetectable หรือ อยู่ในสถานะไม่แพร่เชื้อแล้ว

ปรากฏว่ามีผลข้างเคียงทำให้เป็นโรคซึมเศร้า EFV จะกดไวรัสได้ดี แต่จะมีผลข้างเคียง คือ มึน และ ฝันร้าย สันคจากที่สูง สันนากลัวๆ หมอเลยมักจะแนะนำสูตรที่โหดใหม่ๆกิน และถ้ากินแล้วตอบสนองต่อยาดี หมอจะร่ายตั้ง 3 สูตรให้อยู่ใน 1 เม็ด ก็คือ สูตร Teeviv นั่นเอง

#จึงมีนยาวิยาอายุที่จะเปลี่ยนสูตรยาเพราะแค่จะตอบสนองต่อยาไม่เหมือนกัน

แต่พื้หมอเปลี่ยนให้พื้กินเป็นซีเมตราซันสตร หมอเลยเอา EFV ออกไปให้แล้วให้ NVP ไปแทน (แต่หมอเปลี่ยนให้พื้กิน Undetectable แล้ว)

ได้อาการปกติการกินยาสูตร EFV หลังจะแนะนำว่า ให้อดอาหารกินก่อนกินยา 1 ชม. ปรากฏว่า ก็อกรันเองคอาทราไปเลย ปรากฏว่าได้ผล แต่พื้กินใน กินยาพร้อมอาหาร เพราะบางทีลืมกินผล ก็จะมีพื้หมอเปลี่ยนมาตั้ง ๓ เม็ด พายยา 3 ชม. มันก็จะหายไป

จนเปลี่ยนมาเป็นยาสูตร 2 คือ NVP+3TC+TDF ที่กินสูตรนี้ แบบเป็นปกติ กินผลข้างเคียงเลย กินมาทั้ง 4 เม็ด วันละ 2 ครั้ง ยก 12 ชม. ก็คง พื้กินยาสูตรนี้มา 2 ปี ๓ อย่างเอา พื้พื้หมาก ไม่มีอะไรต้องกังวลเลย เพราะหมอจะคอยติดตามดูไวรัสเรา ฉะนั้นพื้กินผลข้างเคียงจากยา ซีเมตราและเพราะไม่ว่าผลข้างเคียงจากยา คืออะไร #มันน่ากลัวน้อยกว่าเป็นเอดส์คะ

เลขทะเบียนตำรับยา -

ทางเว็บไซต์ <https://www.facebook.com/pete.livingwithhiv/>

ข้อความ เขียนโดย : #ตรวจสอบความถูกต้องโดย :ศูนย์วิจัยโรคเอดส์ สภากาชาดไทย_____

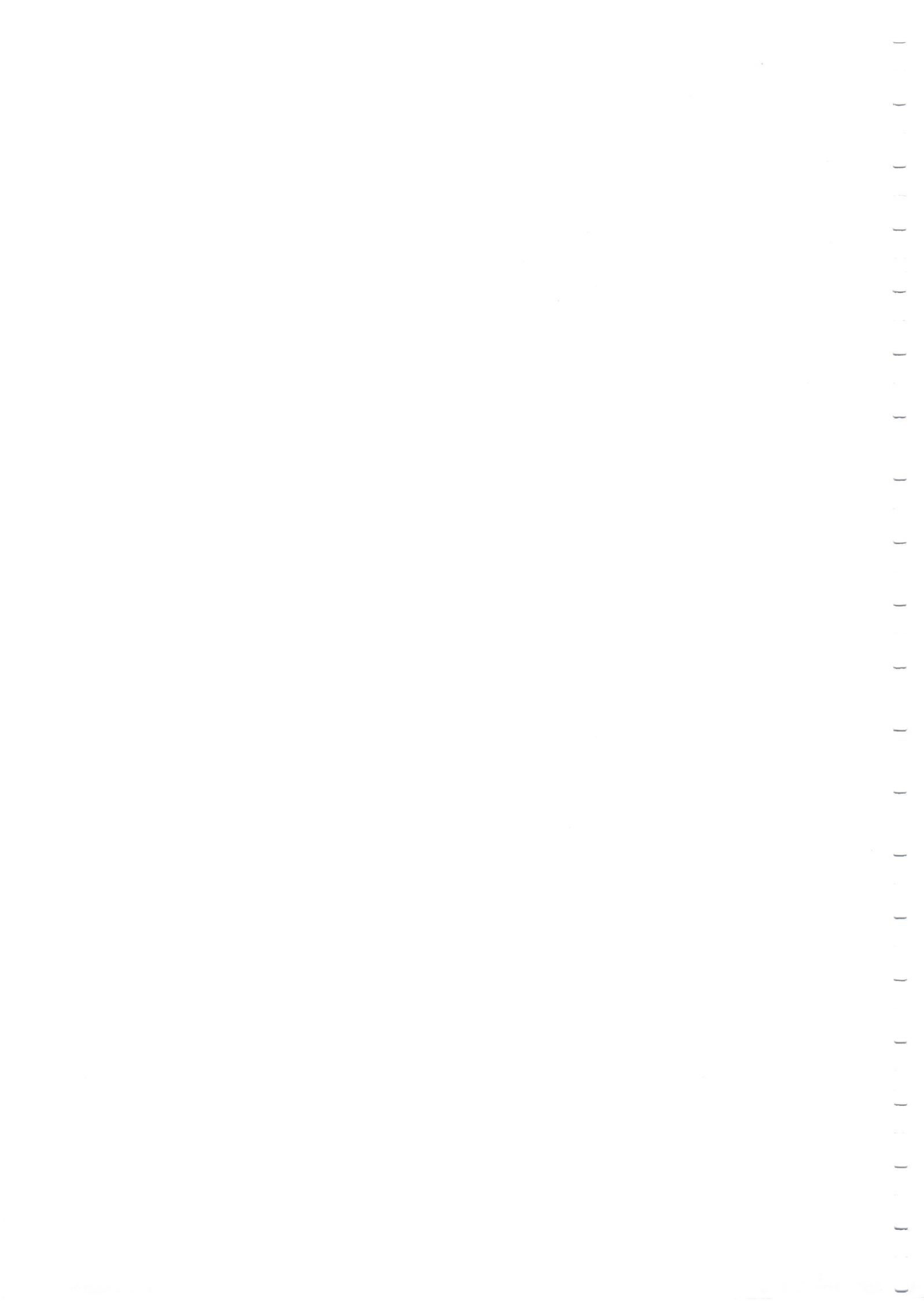
ยาสูตรแรกที่..กินคือ คือ EFV+3TC+TDF เป็นสูตรแยกเม็ด กิน 2 เวลา คือ 9.00น. กับ 21.00น...กินยาสูตรนี้มา 1 ปี จนกดไวรัสให้ต่ำ..หรือ Undetectable หรือ อยู่ในสถานะไม่แพร่เชื้อ..มีผลข้างเคียงทำให้เป็นโรคซึมเศร้า EFV จะกดไวรัสได้ดี แต่จะมีผลข้างเคียงคือ มึน ฝันร้าย..

เพราะไม่ว่าผลข้างเคียงจากยา คืออะไร #มันน่ากลัวน้อยกว่าเป็นเอดส์คะ

ประเภทเว็บไซต์ Social media

รูปแบบ การรีวิวการประสบการณ์การรับรักษาในโครงการรณรงค์โรคเอดส์

ข้อกำหนด ลักษณะข้อความที่เผยแพร่ยังไม่พบว่าเป็นไปเพื่อประโยชน์ทางการค้า ทั้งนี้ ผู้เผยแพร่เป็นผู้รับผิดชอบความถูกต้องของเนื้อหาตามหลักวิชาการ



1.7 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายจำแนกตามรูปแบบของการโฆษณา

การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายทั้งหมดจำนวน 376 รายการ จำแนกตามรูปแบบการโฆษณาขายยาที่พบได้ดังนี้

1.7.1 การโฆษณาขายยา (ชื่อการค้าสรรพคุณ อาจมี/ไม่มีราคา) ไม่มีช่องทางการสั่งซื้อยา เช่น ยาปีร็อคคา

1.7.2 การโฆษณาขายยา มีช่องทางการสั่งซื้อยา อาจมี/ไม่มีผลการลดราคา เช่น รหัส 16.11.62.16: Acnotin 10

1.7.3 การโฆษณาขายยา มีช่องทางการสั่งซื้อยา มีการเชื่อมโยงช่องทางการติดต่อ หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่ e-mail address website line ID Facebook Instagram Messenger Youtube Lazada Shopee เช่น รหัส 15.11.62.23: ยาแอร์เอ็กซ์ รสมะนาว

1.7.4 การโฆษณาขายยา มีช่องทางการสั่งซื้อยา มีการเชื่อมโยงช่องทางการติดต่อหลายแหล่ง และ QR Code เช่น รหัส 15.11.62.9.9: Botulax

1.7.5 การโฆษณาขายยาในลักษณะรีวิวยา ทั้งที่เป็นการรีวิวยาตำรับเดียว และรีวิวยาโดยการเปรียบเทียบยาของผู้อื่น ทั้งที่เปรียบเทียบยาปัจจุบันและยาแผนปัจจุบัน เปรียบเทียบยาแผนโบราณกับยาแผนปัจจุบันแผนโบราณ เช่น รหัส 20.11.62.29: ยาธาตุน้ำขาวไทยนคร รหัส 21.11.62.7: แคลเทรต@ซิลเวอร์ 50+ แคลเทรต@พลัส และแคลเทรต@ 600 รหัส 17.11.62.23: ยาบรรเทาการไอสำหรับเด็ก ยาน้ำแก้ไอสำหรับเด็กตรามิสเตอร์เฮิร์บ ยาฟลูอิฟอรัท ยาเฟลมเม็กซ์ ยาแอมโบรเล็กซ์ ยาไรนาไรออล ยาโมโคลิด ตามลำดับ

1.7.6 การโฆษณาขายยาโดยแสดงชื่อกลุ่มยา ไม่แสดงชื่อการค้า สรรพคุณยา ราคา ช่องทางการสั่งซื้อ ช่องทางการติดต่อ เช่น รหัส 17.11.62.31: ยารักษาหนองใน

1.7.7 การโฆษณาขายยาโดยแสดงภาพผลิตภัณฑ์ ปิดชื่อการค้าของยา แสดงราคา ช่องทางการสั่งซื้อยา เช่น รหัส 15.11.62.53: ยา Perskindol Classic Gel

1.8 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายจำแนกตามช่องทางของการโฆษณา

จากผลการตรวจสอบโฆษณาขายยาโดยจำแนกกลุ่มยาที่ตรวจพบการโฆษณาออนไลน์ทั้งหมด 451 รายการ เป็นการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายทั้งหมดจำนวน 376 รายการ ซึ่งเป็นการโฆษณาขายยาผ่านช่องทางการโฆษณา ดังนี้

1.8.1 เว็บไซต์ e-marketplace สูงสุดคือ 170 รายการ คิดเป็นร้อยละ 45.21



1.8.2 ร้านค้าออนไลน์ 133 รายการ คิดเป็นร้อยละ 35.37

1.8.3 เว็บไซต์ social media 49 รายการ คิดเป็นร้อยละ 13.03

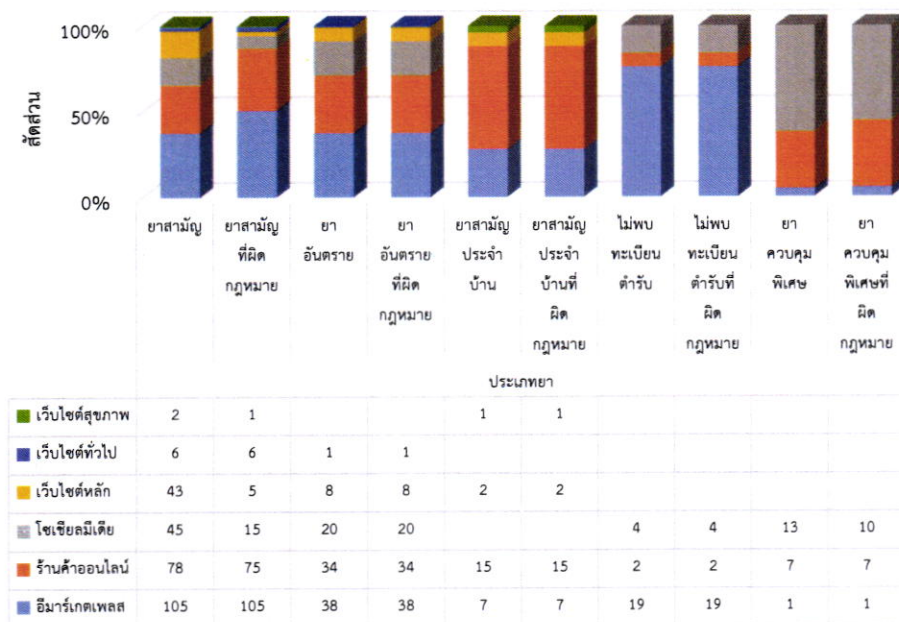
1.8.4 เว็บไซต์หลัก 15 รายการ คิดเป็นร้อยละ 4

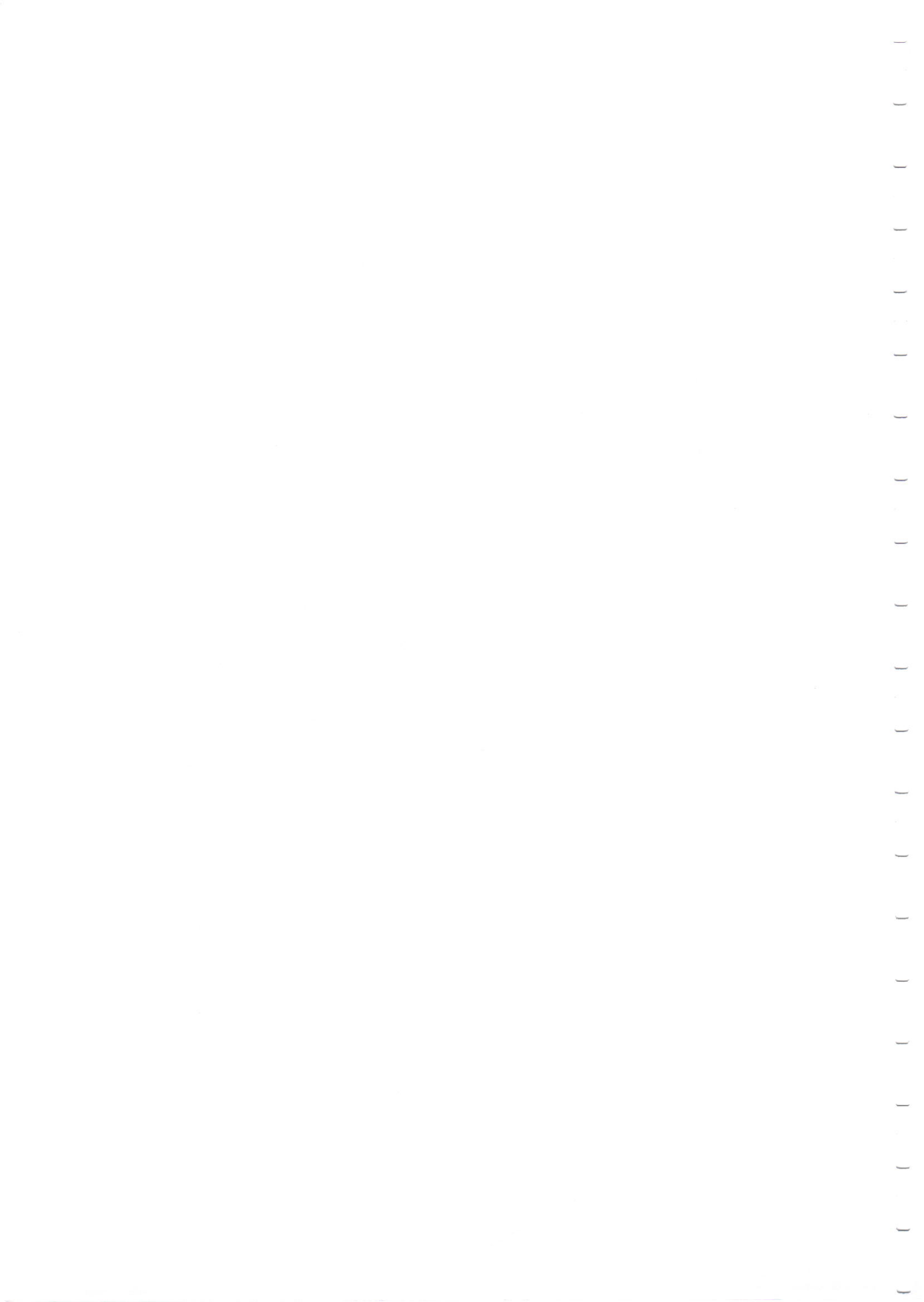
1.8.5 เว็บไซต์ทั่วไป 7 รายการ คิดเป็นร้อยละ 1.86

1.8.6 เว็บไซต์สุขภาพ 2 รายการ คิดเป็นร้อยละ 0.53

ทั้งนี้ เนื้อหาโฆษณาจัดเป็นการโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 88 ทวิ (1) พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ทั้งหมดร้อยละ 100 เนื่องจากการโฆษณาขายยาไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 88 ทวิ (2) แล้ว ซึ่งตามเงื่อนไขท้ายใบอนุญาตโฆษณาขายยากรณีโฆษณาไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตโฆษณาถือเป็นการโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาต รายละเอียดการโฆษณาผิดกฎหมายโดยจำแนกประเภทของยาและช่องทางการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่พบ ปรากฏตามแผนภูมิ 2 ผลการตรวจสอบโฆษณาขายยาโดยจำแนกกลุ่มยาที่ตรวจพบการโฆษณาออนไลน์ทั้งหมดเปรียบเทียบกับการโฆษณาที่พบว่าผิดกฎหมาย

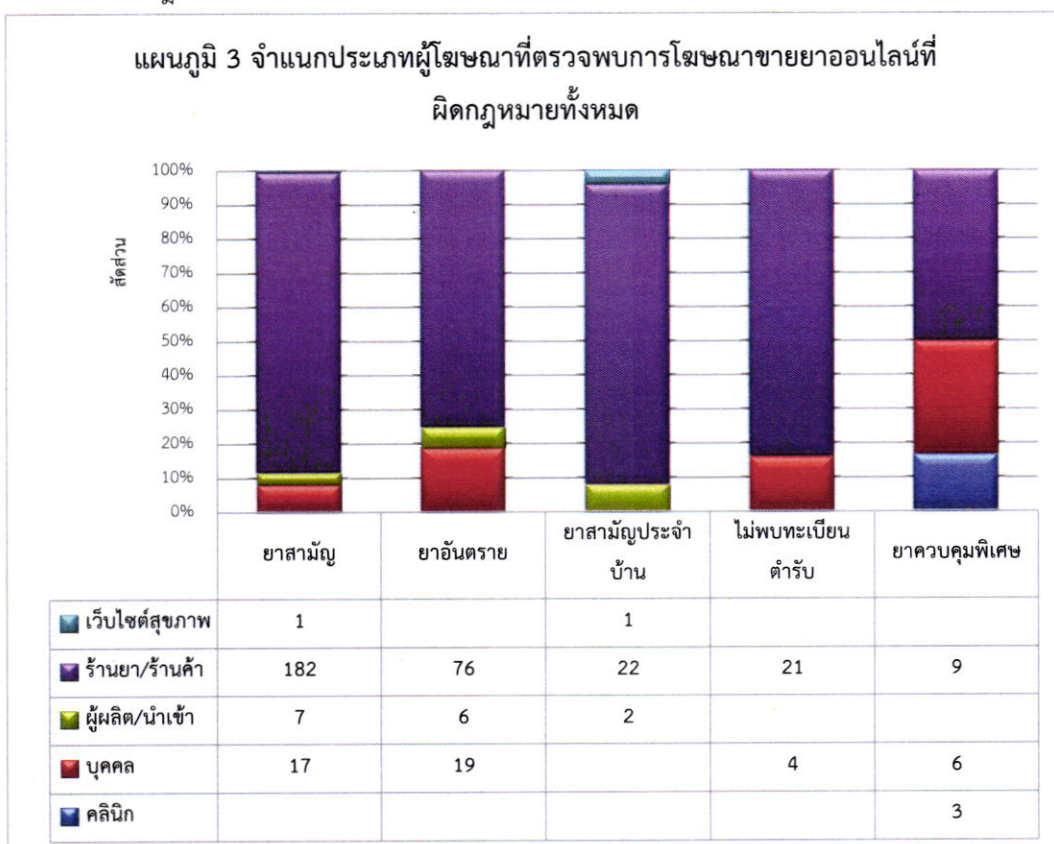
แผนภูมิ 2 ผลการตรวจสอบโฆษณาขายยาโดยจำแนกกลุ่มยาที่ตรวจพบการโฆษณาออนไลน์ทั้งหมดเปรียบเทียบกับการโฆษณาที่พบว่าผิดกฎหมาย





1.9 การโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายจำแนกตามประเภทของผู้โฆษณา

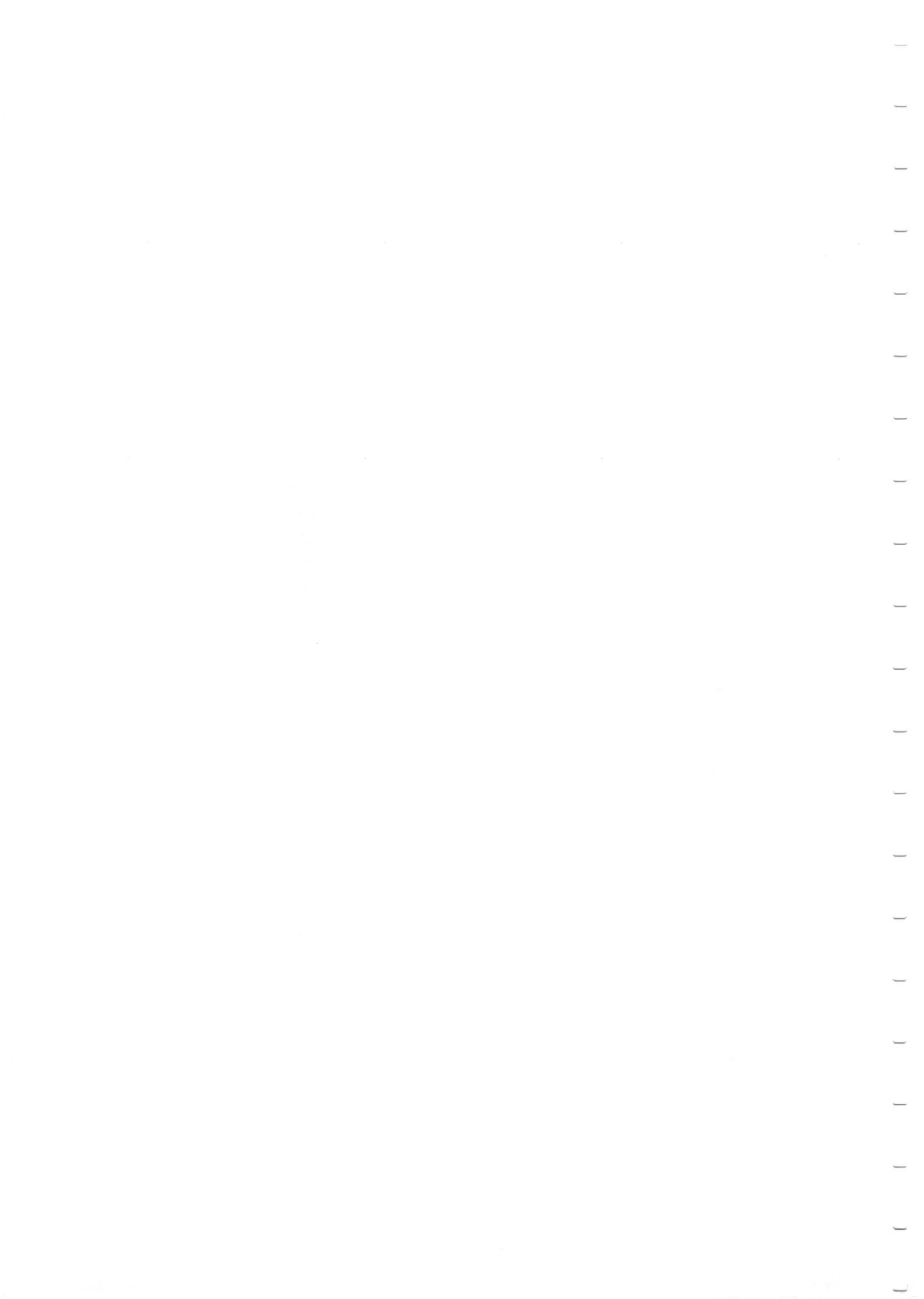
กลุ่มตัวอย่างการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายจำนวนทั้งหมด 376 รายการ จำแนกตามประเภทผู้โฆษณา แผนภูมิ 3 จำแนกประเภทของผู้โฆษณาที่ตรวจพบจากกลุ่มตัวอย่างการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายทั้งหมด ดังนี้



จากแผนภูมิ 3 การโฆษณาขายยาออนไลน์ จำนวนทั้งหมด 376 รายการ พบเป็นการกระทำความผิดผ่านเว็บไซต์ร้านยาออนไลน์หรือร้านค้าออนไลน์ 310 รายการ, ผ่านเว็บไซต์ social mediaที่มีการโพสต์ข้อความโฆษณาโดยบุคคลธรรมดา 4 รายการ และโดยคลินิก 3 รายการ, เว็บไซต์ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า 15 รายการ และเว็บไซต์สุขภาพ 2 รายการ

2. อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการศึกษาศานการณการโฆษณาขายยาออนไลน์โดยการเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ ระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562 จำนวน 500 รายการ เพื่อเสนอมาตรการเพิ่มเติมในการจัดการปัญหาโฆษณาขายยาที่ผิดกฎหมาย



จากตัวอย่างการโฆษณาออนไลน์จำนวน 500 รายการ พบการโฆษณาขายยาจำนวน 451 รายการ คิดเป็นร้อยละ 90.2 และพบการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นในลักษณะกล่าวอ้างสรรพคุณเป็นยา ได้แก่ การโฆษณาเครื่องสำอางจำนวน 16 รายการ คิดเป็นร้อยละ 3.2 การโฆษณาเครื่องมือแพทย์จำนวน 12 รายการ คิดเป็นร้อยละ 2.4 การโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวน 7 รายการ คิดเป็นร้อยละ 1.4 การโฆษณาอาหาร จำนวน 3 รายการ คิดเป็นร้อยละ 0.6 และเป็นการโฆษณาซึ่งต้องตรวจสอบเพิ่ม 11 รายการ คิดเป็นร้อยละ 2.2 ในโฆษณาไม่มีการแสดงเลขทะเบียนตำรับยา หรือเลขสารบบ หรือเลขจดแจ้งผลิตภัณฑ์ตามกฎหมายเฉพาะ เพื่อให้ผู้บริโภคนำไปตรวจสอบการอนุญาตผลิตภัณฑ์จากฐานข้อมูลตรวจสอบการอนุญาตผลิตภัณฑ์

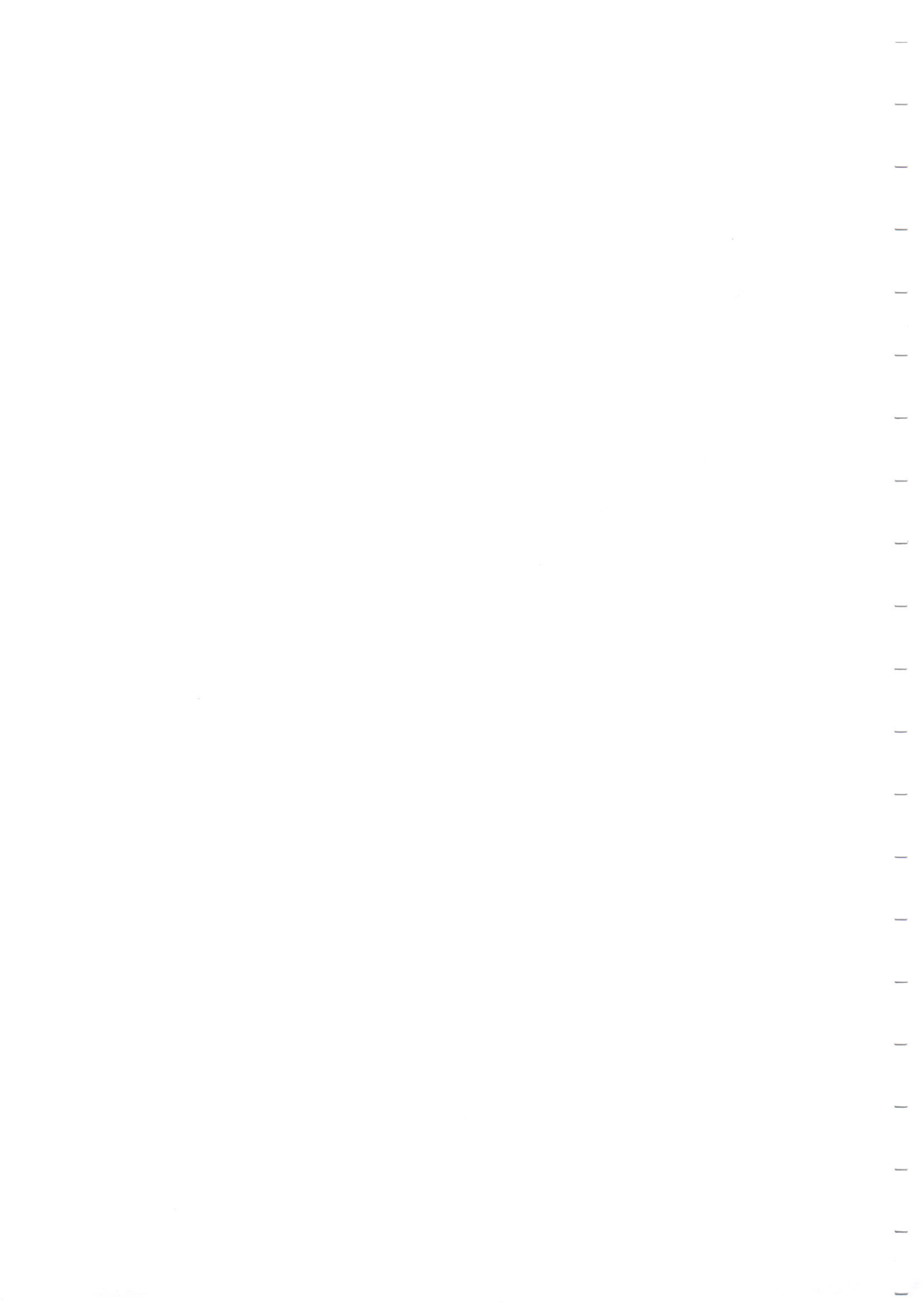
การโฆษณาขายยาทางสื่อออนไลน์ จำนวนทั้งหมด 451 รายการ พบการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย จำนวน 376 รายการ คิดเป็นร้อยละ 83.37

ในจำนวนการโฆษณาขายยาที่ผิดกฎหมาย 376 รายการนี้ พบยาที่ขึ้นทะเบียนแล้วแต่โฆษณาออนไลน์โดยไม่ได้รับอนุญาต จำนวน 351 รายการ คิดเป็นร้อยละ 93.35 ของการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย

จำแนกการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ขึ้นทะเบียนตำรับยาแล้วตามประเภทยา พบ

- การโฆษณาขายบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ 279 รายการ เป็นการโฆษณาขายยาสามัญโดยไม่ได้รับอนุญาตโฆษณา 207 รายการคิดเป็นร้อยละ 74.19
- การโฆษณาขายสามัญประจำบ้านที่ขึ้นทะเบียนตำรับแล้ว 25 รายการ เป็นการโฆษณาขายยาสามัญประจำบ้านโดยไม่ได้รับอนุญาตโฆษณา 25 รายการ คิดเป็นร้อยละ 100
- การโฆษณาขายอันตรายที่ขึ้นทะเบียนแล้ว 101 รายการ เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตราย และเป็นการโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาตโฆษณา 101 รายการ คิดเป็นร้อยละ 100
- การโฆษณาขายควบคุมพิเศษที่ขึ้นทะเบียนแล้ว 18 รายการ เป็นการโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาควบคุมพิเศษ 18 รายการและเป็นการโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาตโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 100
- การโฆษณาที่ไม่พบข้อมูลทะเบียนตำรับยา 25 รายการ เป็นการโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาตโฆษณา 25 รายการ คิดเป็นร้อยละ 100

อนึ่ง ยาสามัญประจำบ้านเป็นยาที่ต้องขออนุญาตผลิต ตำรับยาต้องได้รับอนุญาตขึ้นทะเบียนต้องแสดงเลขทะเบียนตำรับ และข้อความ “ยาสามัญประจำบ้าน” ตัวอักษรสีเขียวนนวลลากยา การโฆษณาขายยาต่อประชาชนทั่วไปได้แต่ต้องได้รับอนุมัติ และอย.กำหนดให้แสดงเลขที่ใบอนุญาตโฆษณาในการโฆษณาไว้ด้วย



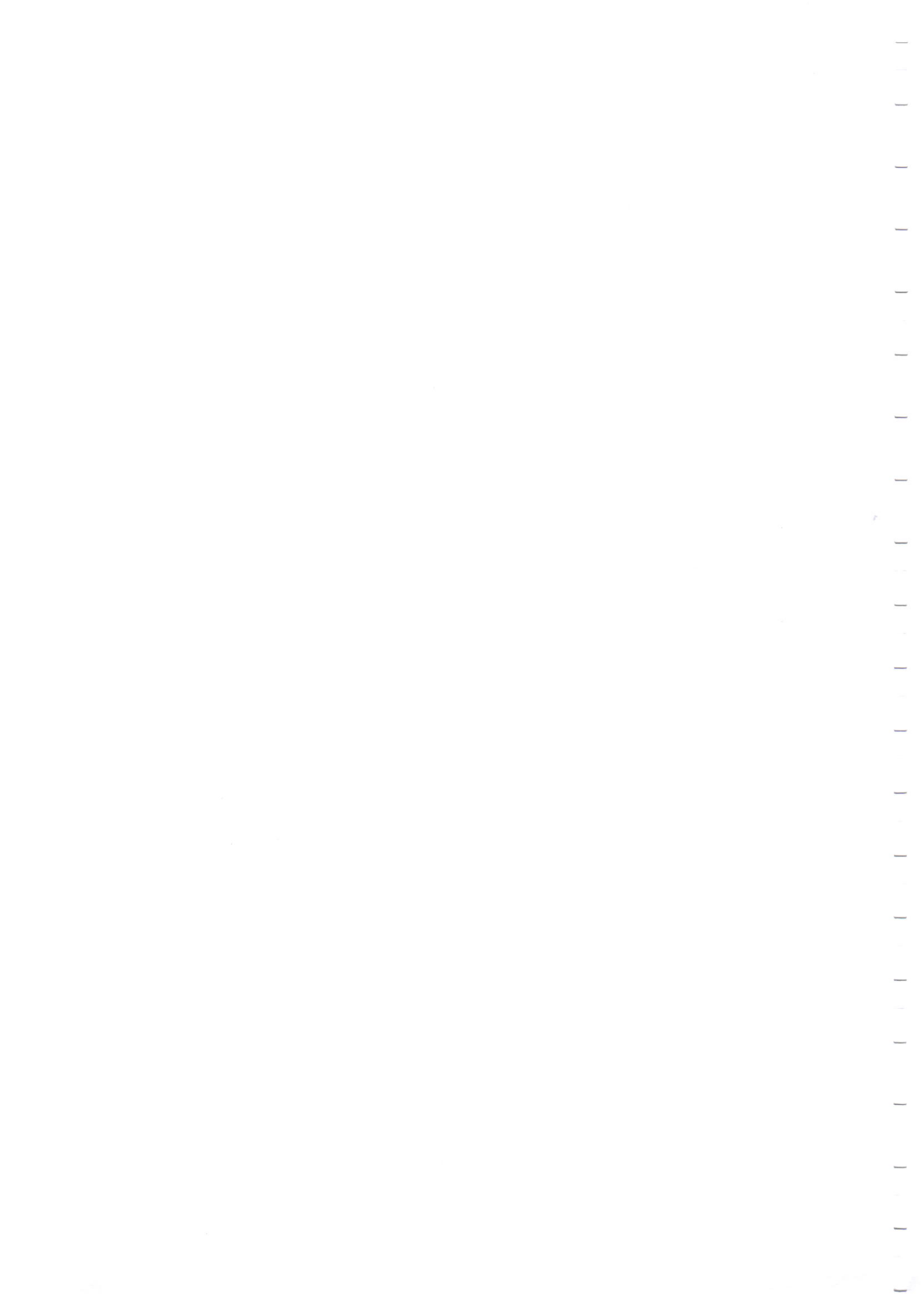
ยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษเป็นยาที่ต้องขออนุญาตผลิต ตำรับยาต้องได้รับอนุญาตขึ้นทะเบียน ต้องแสดงเลขทะเบียนตำรับ ต้องจำหน่ายในร้านขายยาที่ได้รับใบอนุญาตขาย การโฆษณาขายยาต่อประชาชนทั่วไปกระทำได้แต่ต้องได้รับอนุมัติ และอย.กำหนดให้แสดงเลขที่ใบอนุญาตโฆษณาในการโฆษณาไว้ด้วย

การโฆษณายาอันตราย ยาควบคุมพิเศษ และยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษต้องจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบันทางสื่อออนไลน์ในลักษณะที่สามารถสั่งซื้อยาออนไลน์ได้ ทำให้ผู้บริโภคขาดโอกาสในการได้ข้อมูลการใช้ยาที่ครบถ้วน ซึ่งยาดังกล่าวควรได้รับคำแนะนำจากเภสัชกร เช่น

ยาลดกรด จำพวกแมกนีเซียมและอลูมิเนียม ไม่ควรรับประทานพร้อมกับยาปฏิชีวนะกลุ่มเตตราไซคลินและยากลุ่มฟลูออโรควิโนโลน เนื่องจากจะทำให้การดูดซึมฤทธิ์ในการฆ่าเชื้อของยาปฏิชีวนะลดลง ส่งผลต่อยาในระดับเลือด หากระดับยาดำมาก จะส่งผลให้การใช้ยาฆ่าเชื้อไม่ได้ผลในการรักษา

ยาอันตราย เช่น ยาปฏิชีวนะ Zithromax ตัวยาสำคัญคือ azithromycin เป็นยาปฏิชีวนะสำหรับโรคติดเชื้อหลอดลมอักเสบ ปอดอักเสบ ที่ไวต่อยา azithromycin หากผู้บริโภคซื้อยาออนไลน์ตามคำโฆษณารับประทานเองโดยไม่ได้รับการวินิจฉัยโรคจากแพทย์ เป็นการใช้ยาอย่างไม่สมเหตุผล ซึ่งจะส่งผลเชื้อดื้อยา ทั้งนี้จากการศึกษา เรื่อง การสำรวจขายยาผ่านเว็บไซต์ขายสินค้าซึ่งเป็นที่ยอมรับในประเทศไทย โดย ประกาย หมายมั่น³⁰ ที่สอดคล้องกับการศึกษานี้ พบว่าการขายยาและโฆษณายาผ่านทางเว็บไซต์ และยาที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมากคือ กลุ่มยาปฏิชีวนะ เนื่องจากเป็นสาเหตุให้เกิดการใช้ยาไม่สมเหตุผลและปัญหาเชื้อดื้อยา รายการยาที่พบโฆษณาสูงสุดคือการโฆษณายาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ อย่างไรก็ตามการศึกษาดังกล่าว³⁰ เป็นการศึกษาที่เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งการโฆษณายาแผนปัจจุบันและยาแผนโบราณ ซึ่งขณะนั้นยาทั้ง 2 ประเภทจัดเป็นยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ก่อนหน้าพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2562 แต่การศึกษานี้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาวิจัยโดยมีขอบเขตเฉพาะการโฆษณายาแผนปัจจุบันไม่รวมถึงการโฆษณายาแผนโบราณ ซึ่งจัดเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทยาแผนโบราณตามพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 แล้ว

ยาอันตราย เช่น Coxium ตัวยาสำคัญคือ Glucosamine สำหรับรักษาโรคข้อเข่าเสื่อมแบบปฐมภูมิ ซึ่งมีอาการไม่พึงประสงค์ เช่น คลื่นไส้ แสบท้อง ท้องผูก ท้องเสีย อาจพบอาการง่วงซึม ปวดศีรษะ มีผื่นผิวหนัง ผู้ป่วยเบาหวาน เมื่อเริ่มต้นใช้ยานี้ ควรระมัดระวังเกี่ยวกับระดับน้ำตาลในเลือด ห้ามใช้ในผู้ป่วยที่แพ้อาหารทะเล การเก็บรักษา เป็นยาที่ต้องเก็บในอุณหภูมิต่ำกว่า 30 องศาเซลเซียส ป้องกันความชื้นและแสงแดด

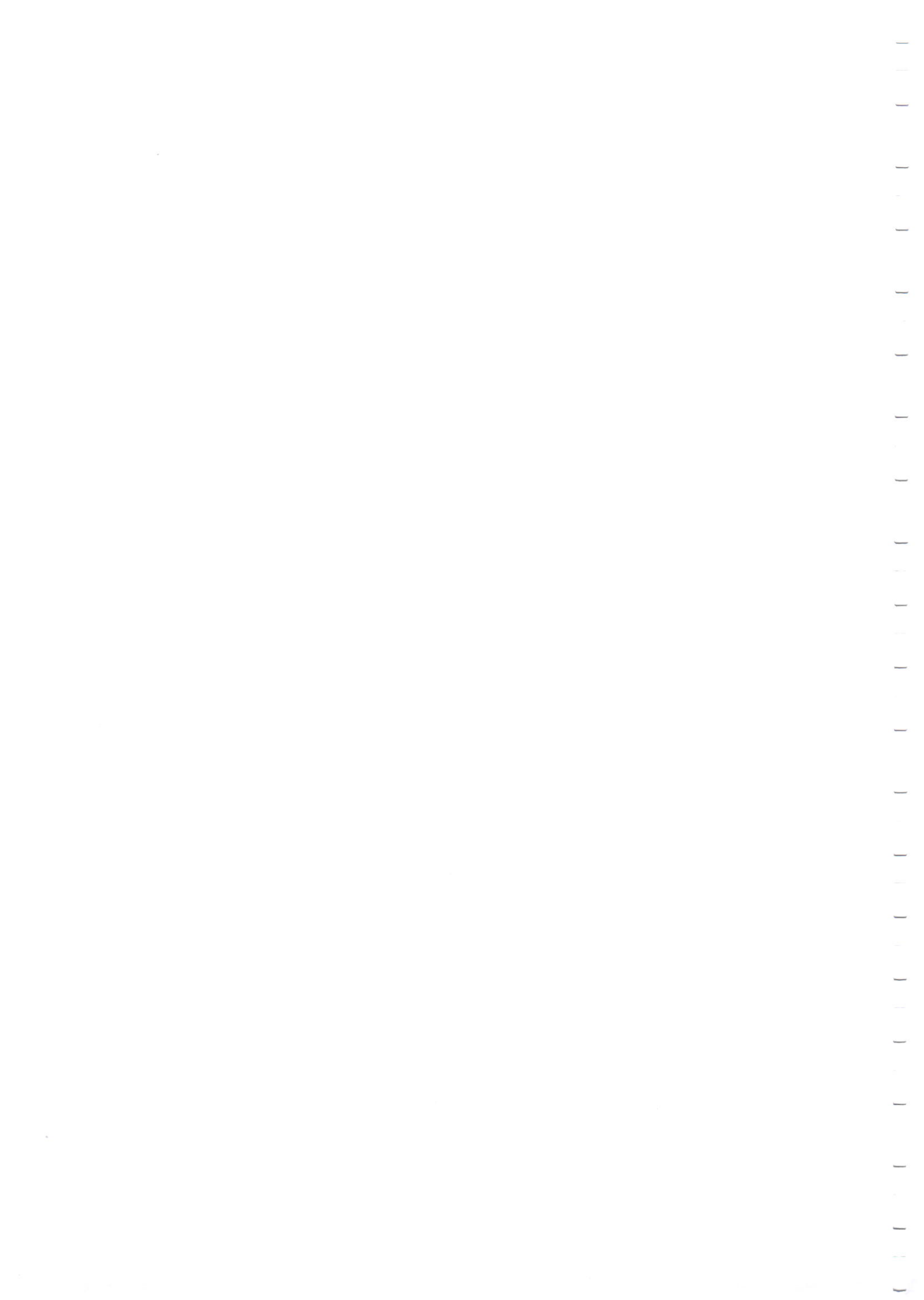


ยาคุมกำเนิด เช่น Melodia มีข้อห้ามใช้ ห้ามใช้กับผู้ป่วยโรคหลอดเลือดอุดตัน และโรคตับ ผู้ที่มีประวัติเป็นมะเร็งเต้านม หรือการหนาตัวผิดปกติของเยื่อบุโพรงมดลูก เนื่องจากเกิดจากการหรือมะเร็งตับ เคยตั้งครรภ์และเกิดภาวะน้ำคั่ง ทำให้เป็นโรคตีชาน หรือเป็นโรคตีชานจากการใช้ยาคุมกำเนิด เป็นต้น **คำเตือน** หยุดยาทันทีเมื่อมีอาการของหลอดเลือดดำอุดตัน เช่น ปวดและหรือมีอาการอักเสบที่ขาข้างใดข้างหนึ่ง ปวดหน้าอกรุนแรงทันทีทันใดร่วมมาถึงแขนซ้าย หายใจลำบากทันทีทันใด ปวดศีรษะอย่างรุนแรง หรือเป็นเวลานาน หรือปวดศีรษะแบบไมเกรนมากขึ้น **การเก็บรักษา** เป็นยาที่ต้องเก็บอุณหภูมิต่ำกว่า 30 องศาเซลเซียส และเก็บให้พ้นมือเด็ก และการกินยาคุมกำเนิดร่วมกับยาบางชนิดจะทำให้ประสิทธิภาพในการคุมกำเนิดลดลง เช่น ยารักษาโรคลมชัก (เช่น พริมิโดน เฟนнайโทอิน บาร์บิตุเรท คาร์บามาซีน) ยารักษาวัณโรค (เช่น ไรแฟมปีซิน ไรฟาบิทิน) ยาปฏิชีวนะ (เช่น เตตราไซคลิน กริสซิโอฟุลวิน) ยาบางชนิดเช่น คีโตโคนาโซล อีริโทรมัยซิน ไซโคลสปอริน)

ยาควบคุมพิเศษ เช่น Cytotec (เลขทะเบียนตำรับยา 1C 38/46), Cytolog (เป็นยาที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนตำรับยาในประเทศไทย) ตัวยาสำคัญคือ misoprostol โฆษณาเป็นยาทำแท้ง ยุติการตั้งครรภ์” ซึ่ง misoprostol มีข้อบ่งใช้ตามที่ขึ้นทะเบียนตำรับยา คือ ใช้สำหรับป้องกันแผลในกระเพาะอาหารจากการใช้ยาแก้ปวดอักเสบที่มีไซสตีรอยด์ และรักษาแผลในกระเพาะอาหารและลำไส้ส่วนต้น **ข้อห้ามใช้** คือ การใช้ในหญิงตั้งครรภ์ เนื่องจากอาจทำให้แท้งลูกได้ เนื่องจาก PGE1 มีฤทธิ์ทำให้ช่องคลอดอ่อนตัวลงและขยายออก มดลูกบีบรัดตัว จึงทำให้การคลอดบุตรง่ายขึ้น จึงมีการนำมาใช้เป็นยาเกิดการแท้งบุตร แต่ไม่ประสบผลสำเร็จ อาจทำทารกที่จะเกิดมาพิการได้ การใช้ยานี้ในการทำแท้งตั้งครรภ์เป็นการใช้ยาเกินกว่าข้อบ่งใช้ (off-labelled use) ซึ่งการใช้ยาตามคำโฆษณาเป็นเหตุให้ถึงแก่ชีวิตได้ตามที่พบในข่าวหลายครั้ง

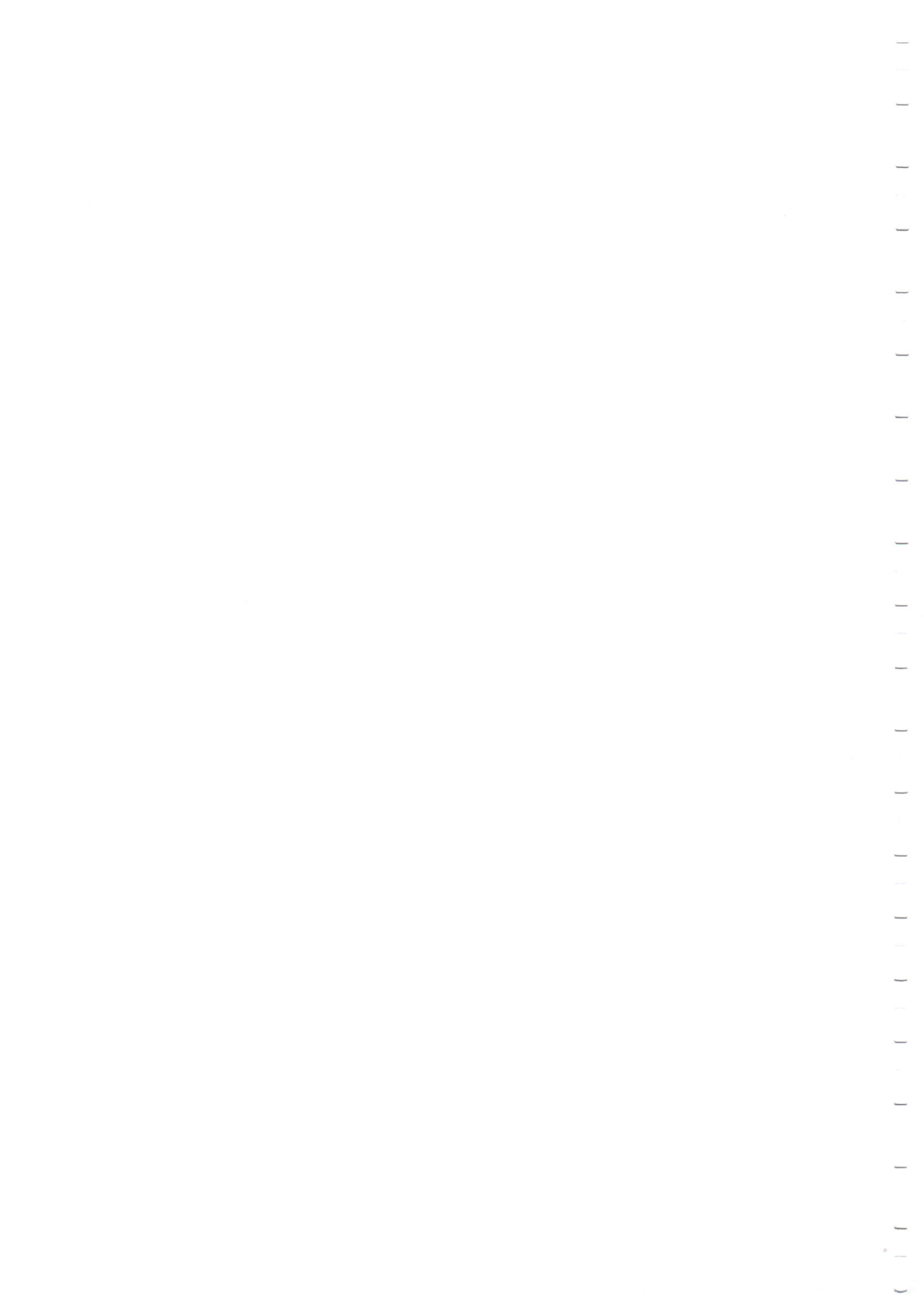
ยาควบคุมพิเศษ เช่น ยากลุ่มกรดวิตามินเอ ชนิดรับประทาน เช่น แอคโนติน (Acnotin[®]) (ตัวยาสำคัญ Isotretinoin หรือ retinoic acid กรดวิตามินเอ) สำหรับรักษาสิวที่มีอาการรุนแรง มี**ข้อห้ามใช้** และ**ข้อควรระวัง** เช่น ทำให้ทารกพิการแต่กำเนิด เป็นพิษต่อตับ ทำให้ผิวหนังแห้ง ลอก และไวต่อแสง ควรหลีกเลี่ยงแสงแดด **การเก็บรักษา** ต้องเก็บในอุณหภูมิต่ำกว่า 25 องศาเซลเซียส ป้องกันแสงและความร้อน เช่น ยากลุ่มกรดวิตามินเอ

จะเห็นได้ว่ายาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ เป็นยาที่มีความเสี่ยงจากการใช้ยาสูงกว่ายาสามัญประจำบ้าน และยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ หากผู้บริโภคหลงเชื่อโฆษณาและซื้อยาออนไลน์ นอกจากไม่ได้รับคำแนะนำถูกต้องเพียงพอที่จะใช้ยาได้อย่างปลอดภัย เช่น คำเตือน ข้อห้ามใช้ยา ข้อควรระวังในการใช้ยาจากแพทย์หรือเภสัชกร อาจใช้ยาไม่ถูกต้องตามวิธีการใช้ยา หรือได้รับอันตรายหรือผลข้างเคียง รวมถึงการเก็บรักษาที่ถูกต้อง



จากผลการศึกษานี้ จำแนกรูปแบบของสื่อโฆษณาออนไลน์ที่พบดังนี้

1. เว็บไซต์ e-marketplace (เช่น เว็บไซต์ <https://www.lazada.co.th/>, <https://shopee.co.th> เป็นต้น) เป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้ผู้ขาย/สมาชิกมาลงทะเบียนขายสินค้าบนเว็บไซต์ โดยการลงทะเบียนเป็นผู้ขายมีข้อมูลชื่อ นามสกุล email เลขบัญชี เป็นต้น
 2. เว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์หรือร้านขายยาออนไลน์ (เช่น <http://www.we-beautyshop.com>, <http://www.clinicya.com>) เป็นเว็บไซต์ที่เจ้าของเว็บไซต์จัดทำขึ้นเพื่อขายสินค้าเอง อาจเปิดให้ผู้ค้าอื่นโพสต์ข้อความโฆษณาขายสินค้าได้ด้วย การลงทะเบียนเปิดเว็บไซต์หรือร้านค้าออนไลน์ทำได้ง่าย
 3. เว็บไซต์ social media (เช่น <https://www.facebook.com>, <https://www.youtube.com> เป็นต้น) เป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้บุคคลทั่วไปสมัครเป็นสมาชิกเพื่อติดต่อสนทนาในลักษณะสังคมออนไลน์ พบว่า สมาชิกทำการโฆษณาบนเว็บไซต์สังคมออนไลน์นี้ โดยสมาชิกโพสต์ข้อความโฆษณาขายยาและใช้เป็นช่องทางสำหรับขายสินค้า
- นอกจากนี้พบว่าสมาชิกโพสต์ข้อมูลการรับการรักษาในโครงการรณรงค์ต่อต้านโรคเอดส์ <https://www.facebook.com> 3 รายการ ลักษณะข้อความที่เผยแพร่เบื้องต้นยังไม่พบว่าเป็นไปเพื่อประโยชน์ทางการค้า ทั้งนี้ผู้เผยแพร่เป็นผู้รับผิดชอบความถูกต้องของเนื้อหาตามหลักวิชาการ และมีการแสดงข้อความตรวจสอบความถูกต้องโดยแพทย์หัวหน้าหน่วยศูนย์วิจัยโรคเอดส์ สภากาชาดไทย
4. เว็บไซต์ทั่วไป เป็นเว็บไซต์ในรูปแบบบล็อก หรือการเขียนบทความในเว็บแบบจดบันทึกที่เน้นการนำเสนอข้อมูลเฉพาะด้าน เฉพาะทาง หรือหลายทาง และเน้นแสดงถึงความเป็นตัวตนของผู้จัดทำ (เช่น <https://www.rakluke.com>, <http://oknation.nationtv.tv> เป็นต้น) มีทั้งที่เป็นข้อความโฆษณาในลักษณะแบนเนอร์ และในลักษณะเป็นบทความรวิวเกี่ยวกับยาในลักษณะเป็นการโฆษณาขายยา เพื่อประโยชน์ทางการค้าในลักษณะเปรียบเทียบยาแต่ละตำรับ
 5. เว็บไซต์หลัก ซึ่งบริษัทเจ้าของยาเป็นผู้จัดทำเว็บไซต์ในลักษณะชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อยา เช่น www.sara.co.th, <https://www.berocca.co.th/> เป็นต้น และชื่อเว็บไซต์เป็น ชื่อบริษัท เช่น <https://bayer.co.th/> หรือชื่อเว็บไซต์ทั่วไป เช่น <https://www.painandpill.com/products> พบว่าเป็นการโฆษณาขายยาที่ได้รับอนุญาตโฆษณาแล้ว และมีเฉพาะข้อความโฆษณาเท่านั้น ไม่พบช่องทางหรือวิธีการให้สั่งซื้อยาออนไลน์ อย่างไรก็ตามพบว่ามีโฆษณาขายยาในเว็บไซต์หลักที่ไม่ได้ขออนุญาตโฆษณาด้วยเช่นกัน
 6. เว็บไซต์สุขภาพซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่มีการให้ข้อมูลยาและการรักษา และอาการของโรค อาจจัดเป็นการโฆษณาขายยาหรือไม่ขึ้นกับลักษณะข้อความที่นำเสนอซึ่งว่าเป็นไปเพื่อประโยชน์ทางการค้าหรือไม่ ข้อความที่บ่งชี้ว่าเพื่อประโยชน์ทางการค้า เช่น การแสดงชื่อยา การแสดงราคา การลดราคา ข้อดี/ข้อเสียของยา ซึ่งพบว่ามีโฆษณาขายยา 1 รายการ (เว็บไซต์ <https://medthai.com>) รีวิวยาน



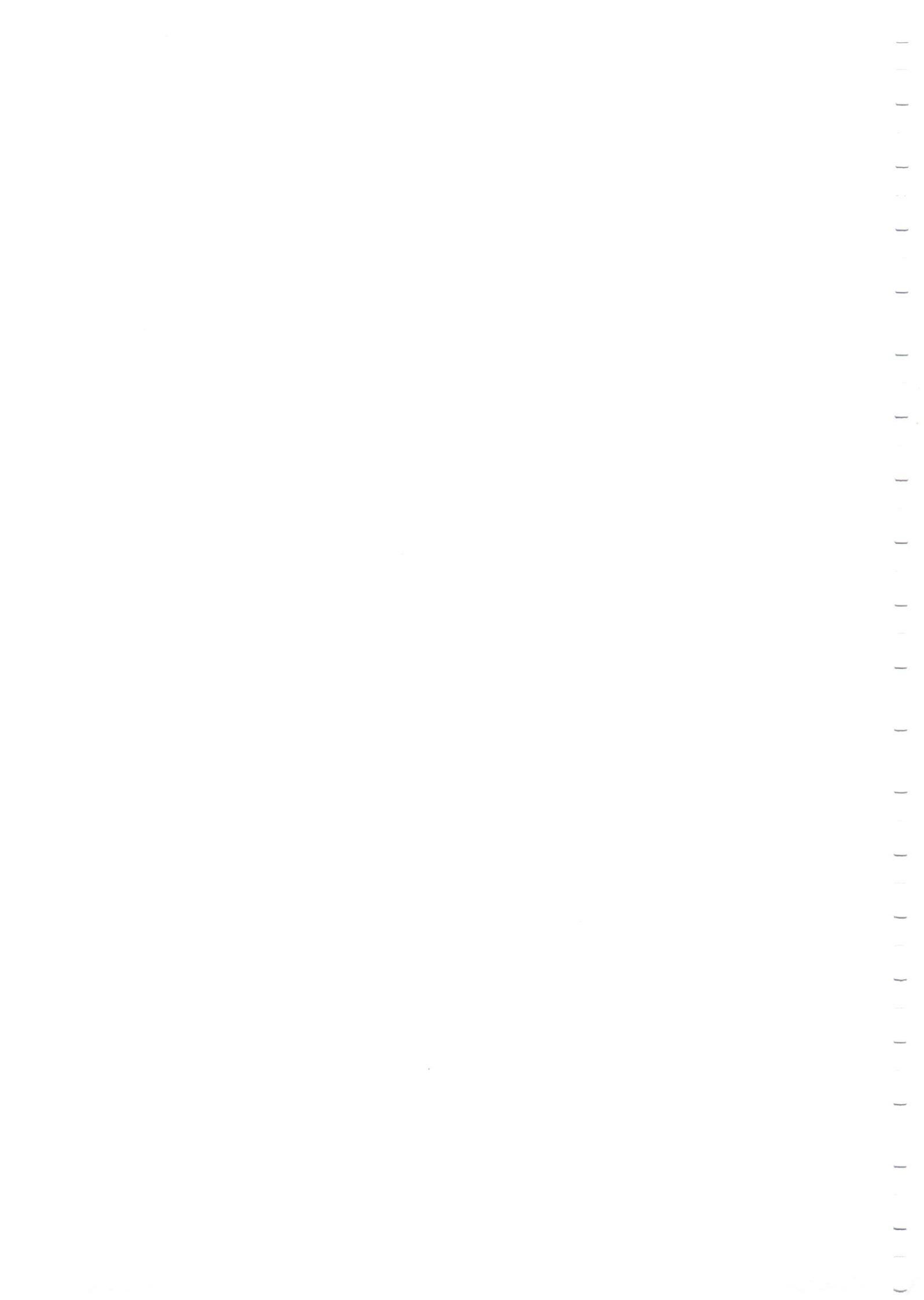
บทความชื่อ “จัดเต็มผลลัพธ์รีวิวยา วิตามินบีรวม ชาวออฟฟิศไม่ควรพลาด” และมีข้อมูลเกี่ยวกับยา ใน ส่วนของเว็บไซต์สุขภาพอีก 1 รายการ (เว็บไซต์ <http://ndi.fda.moph.go.th/drug>) ซึ่งเว็บไซต์ของ ราชการ(สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) มีข้อมูลยาเพื่อการสืบค้นเกี่ยวกับข้อมูลบัญชียาหลัก แห่งชาติ ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ทางการค้าและไม่จัดเป็นการโฆษณาขายยา

รูปแบบเว็บไซต์ที่ 1-3 มีข้อความโฆษณาขายยา เช่น มีแบนเนอร์ คลิปโฆษณา และพบช่องทาง หรือวิธีการให้สั่งซื้อยาออนไลน์ เช่น ข้อมูลราคายา การแสดงภาพรถเข็นพร้อมข้อความ “หยิบใส่รถเข็น” การรีวิวสินค้า การให้คะแนน การลดราคา และรูปแบบเว็บไซต์ที่ 4-6 มีข้อความโฆษณาขายยา ราคายา อาจมี หรือไม่มีช่องทางการสำหรับสั่งซื้อยา

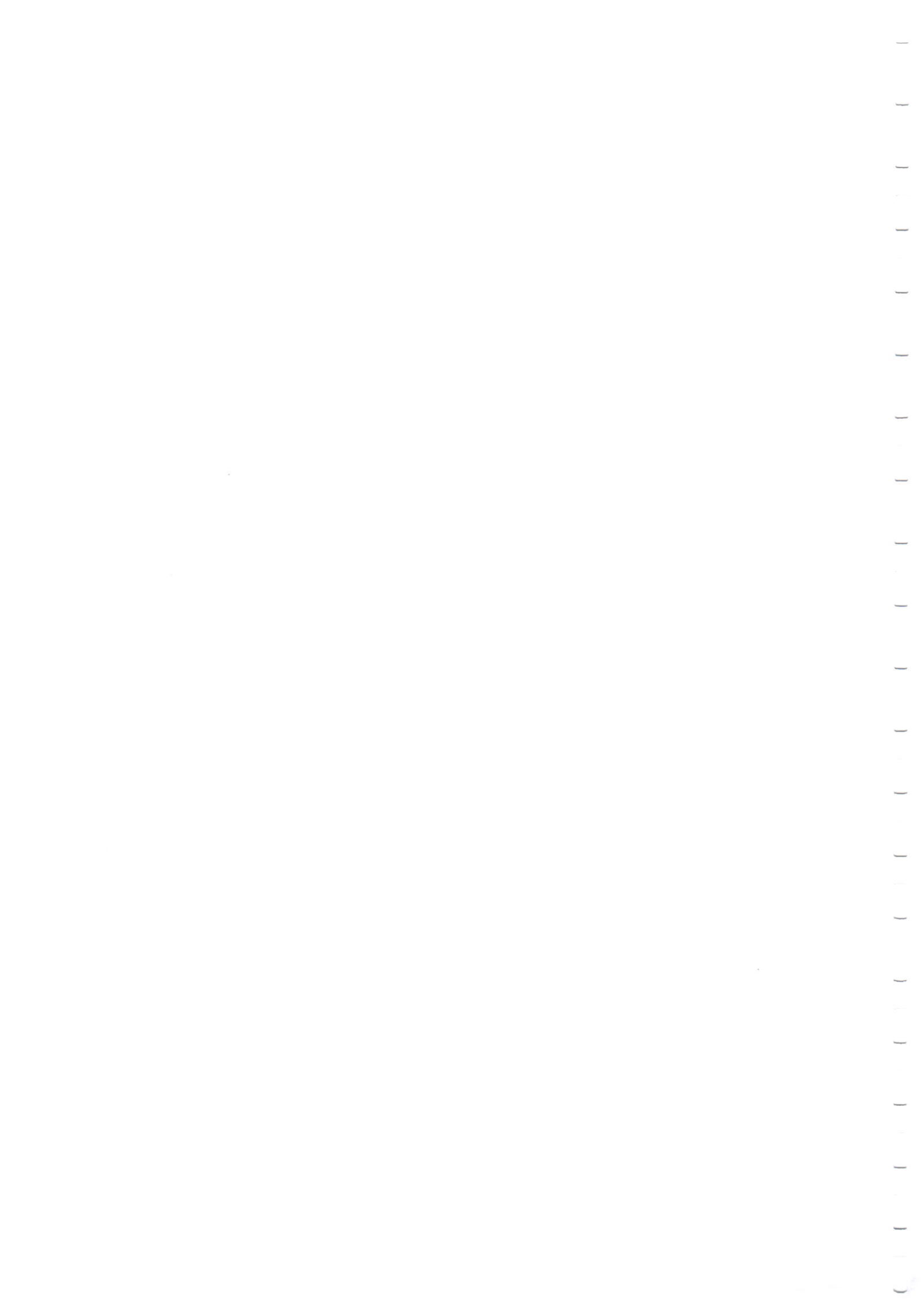
ในการโฆษณามีการเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น แสดงหมายเลขโทรศัพท์ และสามารถคลิก เครื่องหมายแหล่งเชื่อมโยง จากเว็บไซต์ เชื่อมโยงไปยัง Facebook, Line, Youtube, Twitter, Lazada, Shopee เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินการกับผู้กระทำความผิดจะต้องดำเนินการกับผู้กระทำความผิดทุก แหล่งโฆษณา

จำแนกช่องทางและรูปแบบของการโฆษณาขายยาออนไลน์ และผู้โฆษณาของเว็บไซต์ดังกล่าว พบ

- เว็บไซต์สุขภาพ เป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลยา การโฆษณาขายยามักอยู่ในลักษณะรีวิวยา ดำเนินการจัดทำเว็บไซต์โดยสำนักพิมพ์ บริษัท ผู้โฆษณาได้แก่ ผู้จัดทำเว็บไซต์และบริษัท เจ้าของยา
- เว็บไซต์หลัก บริษัทเจ้าของยาเป็นผู้จัดทำเว็บไซต์ มีเฉพาะการโฆษณาเท่านั้นไม่มีการขาย หรือช่องทางการสั่งซื้อยา ผู้โฆษณา ได้แก่ บริษัทเจ้าของยา
- ส่วนเว็บไซต์ e-marketplace บริษัทเจ้าของแพลตฟอร์ม เป็นผู้จัดทำเว็บไซต์ มีการโฆษณา และการขายหรือช่องทางการสั่งซื้อยา ผู้โฆษณา ได้แก่ บริษัทเจ้าของแพลตฟอร์ม และ สมาชิกผู้โพสต์ขายยา
- เว็บไซต์ social media บริษัทเจ้าของแพลตฟอร์ม เป็นผู้จัดทำเว็บไซต์ มีการโฆษณา และ การขายหรือช่องทางการสั่งซื้อยาออนไลน์ เช่น ข้อมูลยา ราคายา การลดราคา ภาพรถเข็น พร้อมข้อความหยิบใส่ตะกร้า ช่องทางแสดงความคิดเห็นของผู้ซื้อ เป็นต้น ผู้โฆษณา ได้แก่ บริษัทเจ้าของแพลตฟอร์ม และสมาชิกผู้โพสต์ขายยา
- เว็บไซต์ทั่วไป และเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์/ร้านขายยาออนไลน์ พบว่ามีโฆษณาขายยา เช่น แบนเนอร์ คลิปโฆษณา และช่องทางหรือวิธีการสั่งซื้อยาออนไลน์ เช่น ข้อมูลยา ราคา ยา การลดราคา ภาพรถเข็นพร้อมข้อความหยิบใส่ตะกร้า ช่องทางแสดงความคิดเห็นของผู้ซื้อ เป็นต้น ผู้โฆษณาเป็นบุคคลธรรมดาที่เป็นเจ้าของเว็บไซต์ เจ้าของร้านค้า หรือเจ้าของ ร้านขายยา และ/หรือสมาชิกของเว็บไซต์นั้นๆ



นอกจากนี้พบการโฆษณาขายยาแก้ไอน้ำดำ ทางเว็บไซต์ e-marketplace แสดงสูตรตำรับยา คือ Glycyrrhiza Fluidextract, Antimony Potassium Tartrate, Camphorated Opium Tincture สรรพคุณ : บรรเทาอาการไอ ขับเสมหะ ซึ่งการแสดงสูตรตำรับยาที่มี Camphorated Opium Tincture หรือทิงเจอร์ฝิ่นการบูร อาจชักนำการสั่งซื้อยาไปใช้ในทางที่ผิดได้ง่าย เนื่องจากยานี้จัดเป็นยาสามัญประจำบ้านซึ่งขายได้ตามร้านค้าทั่วไปรวมถึงสื่อออนไลน์ ผู้ขายยานี้ได้โดยไม่ต้องมีใบอนุญาตขายยา รวมทั้งการโฆษณาขายยาสามัญประจำบ้าน สามารถโฆษณาต่อประชาชนทั่วไปได้ แต่จะต้องได้รับอนุญาตโฆษณาก่อน”



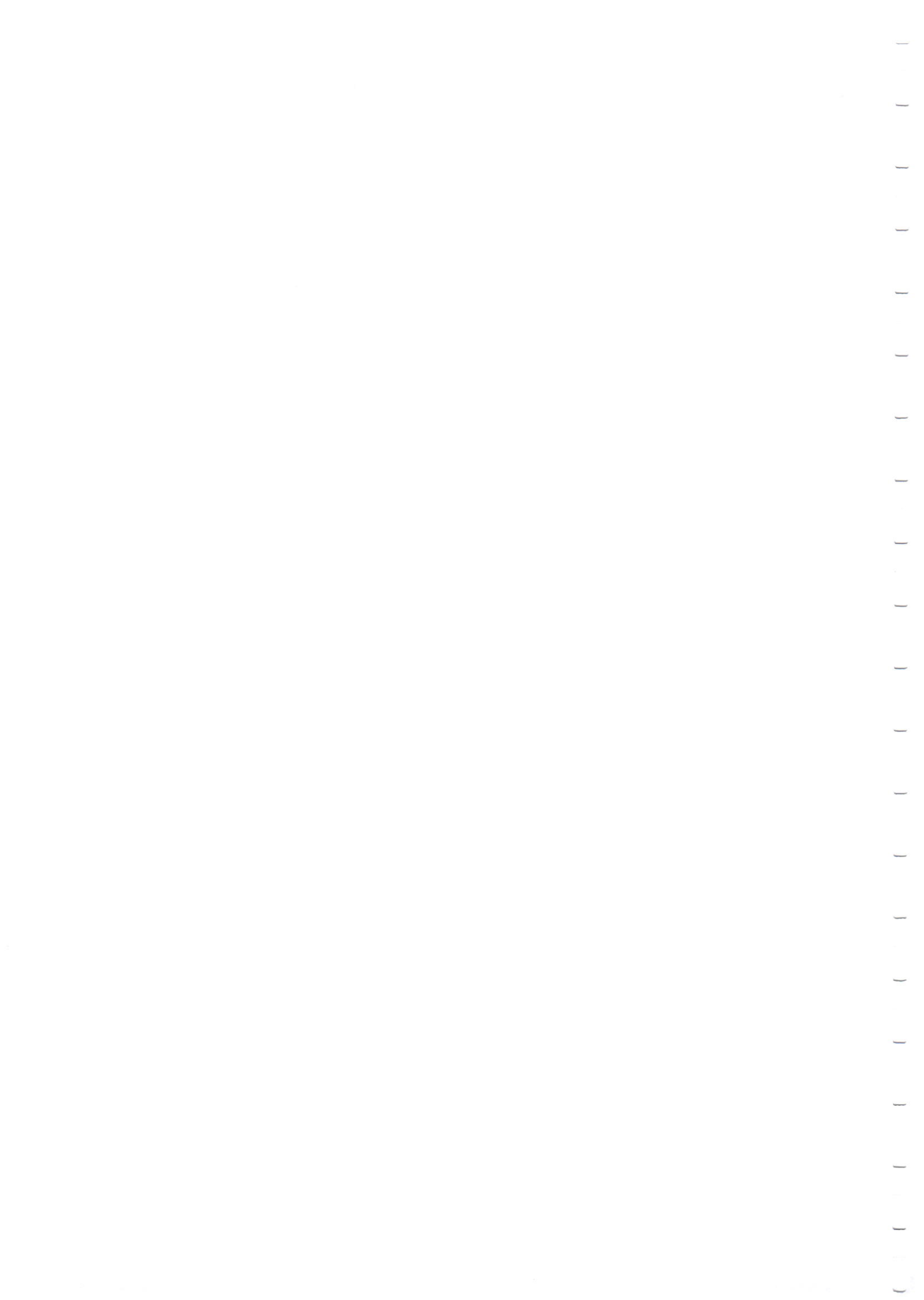
บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1. บทสรุป

จากการศึกษาสถานการณ์การโฆษณาขายยาออนไลน์ในระหว่างวันที่ 15-22 พฤศจิกายน 2562 ซึ่งครอบคลุมทั้ง 7 วันของสัปดาห์ จำนวน 500 รายการ พบการโฆษณาขายยาร้อยละ 90.2 เป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น (อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์) ในลักษณะบำบัดบรรเทารักษาโรค ร้อยละ 9.8 การโฆษณาในลักษณะดังกล่าวอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าเป็นยา และทำให้เสียโอกาสในการรักษาตามหลักวิชาการ การจัดทำโฆษณามีหลายรูปแบบทั้งการโฆษณาแบบตรง การโฆษณาแฝง ซึ่งไม่แสดงชื่อการค้า หรือการโฆษณาโดยการรีวิวสินค้า มีการโฆษณาขายยาที่ผิดกฎหมายสูงถึงร้อยละ 83.37 ทั้งที่เป็นยาควบคุมพิเศษ ยาอันตราย ยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ และยาสามัญประจำบ้าน ทาง e-marketplace ร้านค้าออนไลน์/ร้านขายยาออนไลน์ และเว็บไซต์ทั่วไป ซึ่งการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายทั้งหมดจำนวน 376 รายการ ไม่ได้รับอนุญาตโฆษณาขายยา 376 (ร้อยละ 100) เป็นความผิดตามมาตรา 88 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติยาเป็นการโฆษณาขายยาอันตราย เช่น ยาปฏิชีวนะ 109 รายการ คิดเป็นร้อยละ 28.98 เป็นการโฆษณาขายยาควบคุมพิเศษ 13 รายการ เช่นยา Cytotec คิดเป็นร้อยละ 3.45 มีโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท ส่วนการโฆษณาขายยาที่ถูกต้องตามกฎหมายพบในเว็บไซต์หลักซึ่งจัดทำโดยเจ้าของผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นถึงเจ้าของผลิตภัณฑ์ทราบข้อกำหนด ส่วนผู้ค้าหรือบุคคลทั่วไปยังขาดความรู้ความในกฎหมาย การโพสต์ข้อความขายสินค้าออนไลน์ทำได้ง่าย มีเพียงคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต สามารถโพสต์ข้อความได้ การคัดกรองผู้ขายของ e-marketplace ยังไม่เพียงพอและบดบังโทษทางกฎหมายไม่รุนแรง ทั้งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้บูรณาการการทำงานร่วมกันแล้ว และพบข้อมูลที่บ่งชี้ถึงการขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายสูง

ข้อจำกัดด้านกฎหมายแต่ละฉบับยังคงเป็นช่องโหว่ในการดำเนินการกับผู้กระทำความผิด เช่น พระราชบัญญัติยา ห้ามโฆษณาสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ซึ่งยาทั้งสองกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงหากไม่ได้รับคำแนะนำการใช้ยาที่ถูกต้อง ในขณะที่พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์มีข้อห้ามการกระทำให้ข้อมูลอันเป็นเท็จ หลอกลวง ผิดศีลธรรมอันดี หรือก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ ดังนั้นการจัดการปัญหาโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต การโฆษณาขายยาโดยแสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษโดยที่ผู้บริโภคยังไม่ได้รับอันตรายจึงไม่สามารถดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ หรือใช้คำสั่งศาลในการปิดเว็บไซต์



นอกจากนี้พบการให้ข้อมูลยาที่ไม่จัดเป็นการโฆษณาขายยา ผู้เผยแพร่ข้อมูลจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบความถูกต้องของเนื้อหาเป็นการให้ข้อมูลยา ซึ่งหากมีประเด็นให้สงสัยว่าเป็นการโฆษณาแฝง ขณะที่เบื้องต้นยังไม่มีข้อมูลที่เพียงพอว่าจัดเป็นการโฆษณาขายยา จำเป็นต้องหาข้อมูลเพิ่มเติม เช่น การล่อซื้อ

2. ข้อเสนอแนะ

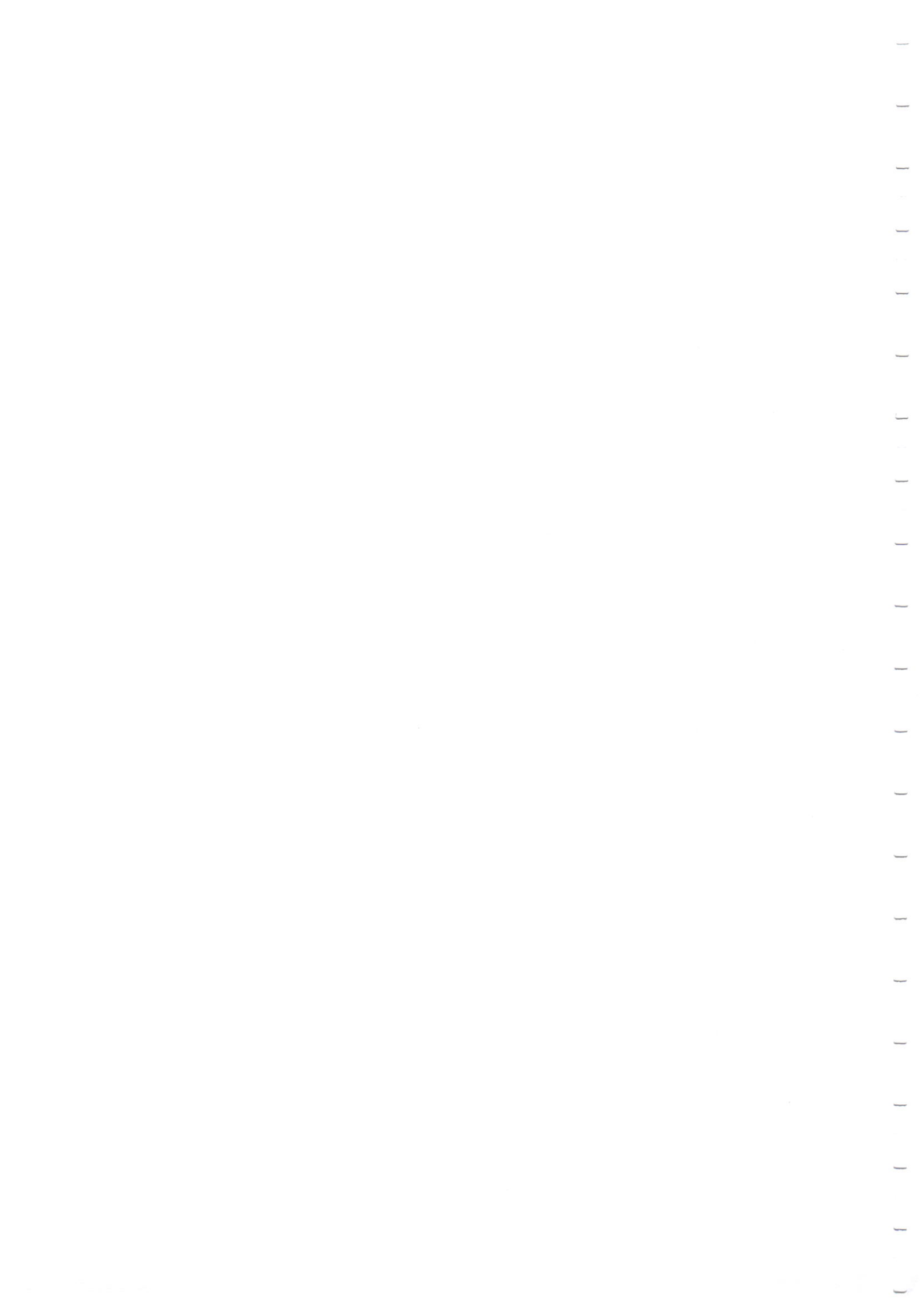
ปัจจุบันผู้โฆษณาจะเพิ่มช่องทางการสื่อสารถึงผู้บริโภคโดยเชื่อมโยงเว็บไซต์ เว็บไซต์ต่างๆ เช่น Facebook, Line, Youtube และ Google และ Application ต่างๆ ให้ปรากฏในชั้นโฆษณาเดียวกัน รวมถึงมี QR Code อีกหนึ่งช่องทางการในการโฆษณาสินค้า ซึ่งส่งผลให้มีการโฆษณาเพิ่มมาก การสุ่มตรวจสอบโฆษณาขายยาที่ถูกต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมาย หรือการดำเนินการกับผู้กระทำความผิดกฎหมายที่เพิ่มมากขึ้น ขึ้นกับศักยภาพในการกำกับดูแลการโฆษณาของ อย. จากการศึกษาสถานการณ์ปัญหาโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะมาตรการการเพิ่มเติมโดยการจัดการปัญหาการโฆษณาขายยาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายอย่างเชื่อมโยงครอบคลุมทั้งระบบ ดังนี้

1. ภาคเอกชนควรมีระบบการกำกับดูแลตนเอง เพื่อให้การประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในกรอบของกฎหมาย โดยเจ้าของแพลตฟอร์ม e-marketplace, social media เจ้าของเว็บไซต์ ควรจัดทำระบบการคัดกรองการโฆษณาขายยา เช่น คัดกรองเบื้องต้นจากเลขทะเบียนตำรับยา เลขที่ใบอนุญาตโฆษณา และการแสดงหมวดหมู่สินค้า เช่น ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ ให้ชัดเจน จัดทำระบบสมาชิกให้สามารถบ่งชี้ตัวตนสมาชิกได้ จัดทำระบบตรวจสอบข้อความโฆษณาที่ได้รับอนุญาตตามใบอนุญาตโฆษณา และดำเนินการโฆษณารวมถึงการขายยาให้เป็นไปตามกฎหมาย

3. ภาครัฐ อย. โดยสำนัก/กอง/กลุ่มที่เกี่ยวข้อง ควรดำเนินการ

- 2.1 ควรพัฒนาระเบียบ หลักเกณฑ์การโฆษณายาให้ชัดเจน ไม่ซับซ้อน เท่าทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น กำหนดให้แสดงเลขทะเบียนตำรับ/เลขสารบบ/เลขจดแจ้ง ตามแต่กรณี เพื่อให้ผู้บริโภคและเจ้าหน้าที่สามารถสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากฐานข้อมูลตรวจสอบผลิตภัณฑ์ของ อย. ได้สะดวก รวดเร็ว รวมถึงห้ามโฆษณาส่วนประกอบของยาบางตำรับที่ส่วนประกอบในตำรับยาดังกล่าวอาจถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด เช่น กรณียาแก้ไอน้ำดำที่มีหนึ่งในส่วนประกอบสำคัญคือ Camphorated Opium Tincture

- 2.2 ประชาสัมพันธ์ให้สังเกตรหัสเลขดังกล่าวในโฆษณา ซึ่งขณะนี้สำนักยากำลังดำเนินการขออนุมัติแก้ไขหลักเกณฑ์การอนุญาตโฆษณาขายยาโดยกำหนดให้แสดงเลขรหัสทะเบียนตำรับ



ในการโฆษณาขายยา โดยได้ผ่านการพิจารณาโดยคณะทำงานพิจารณาโฆษณาครั้งที่ 23/2562 วันที่ 2 ธันวาคม 2562

2.3 ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคร่วมแจ้งเบาะแสการโฆษณาผิดกฎหมาย ในการได้รับเงิน ส่วนแบ่งเงินรางวัลจากการแจ้งเบาะแสการโฆษณาผิดกฎหมายอันนำมาซึ่งค่าปรับ

2.4 เผื่อระวังตรวจสอบโฆษณาอย่างต่อเนื่อง โดยจัดตามความรุนแรงของปัญหาหรือ ความเสี่ยงของอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ดำเนินการตามกฎหมายทุกสื่อโฆษณาที่มีการเชื่อมโยงไปถึง ตามที่ปรากฏในหน้าโฆษณา

2.5 ดำเนินการกับผู้กระทำความผิดอย่างเคร่งครัด และเปรียบเทียบปรับการกระทำ ความผิดเป็นรายครั้งที่พบความผิด ประกาศหนังสือสั่งให้ระงับโฆษณาหรือผลการสั่งระงับโฆษณาขายยา และข้อความโฆษณา รวมถึงจัดทำ Blacklist เว็บไซต์ที่ผิดโฆษณาผิดกฎหมาย บนเว็บไซต์ของ อย. ต่อ สาธารณะเช่นเดียวกับต่างประเทศ

2.6 พัฒนากฎหมายให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยแก้ไขเพิ่มเติม ทั้งนิยาม บทลงโทษ การเยียวยาผู้เสียหาย การประกาศแก้ไขความเข้าใจผิด การประกาศหนังสือสั่งให้ระงับโฆษณา และข้อความโฆษณา

2.7 พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ที่สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว และเป็นไปในทิศทาง เดียวกัน

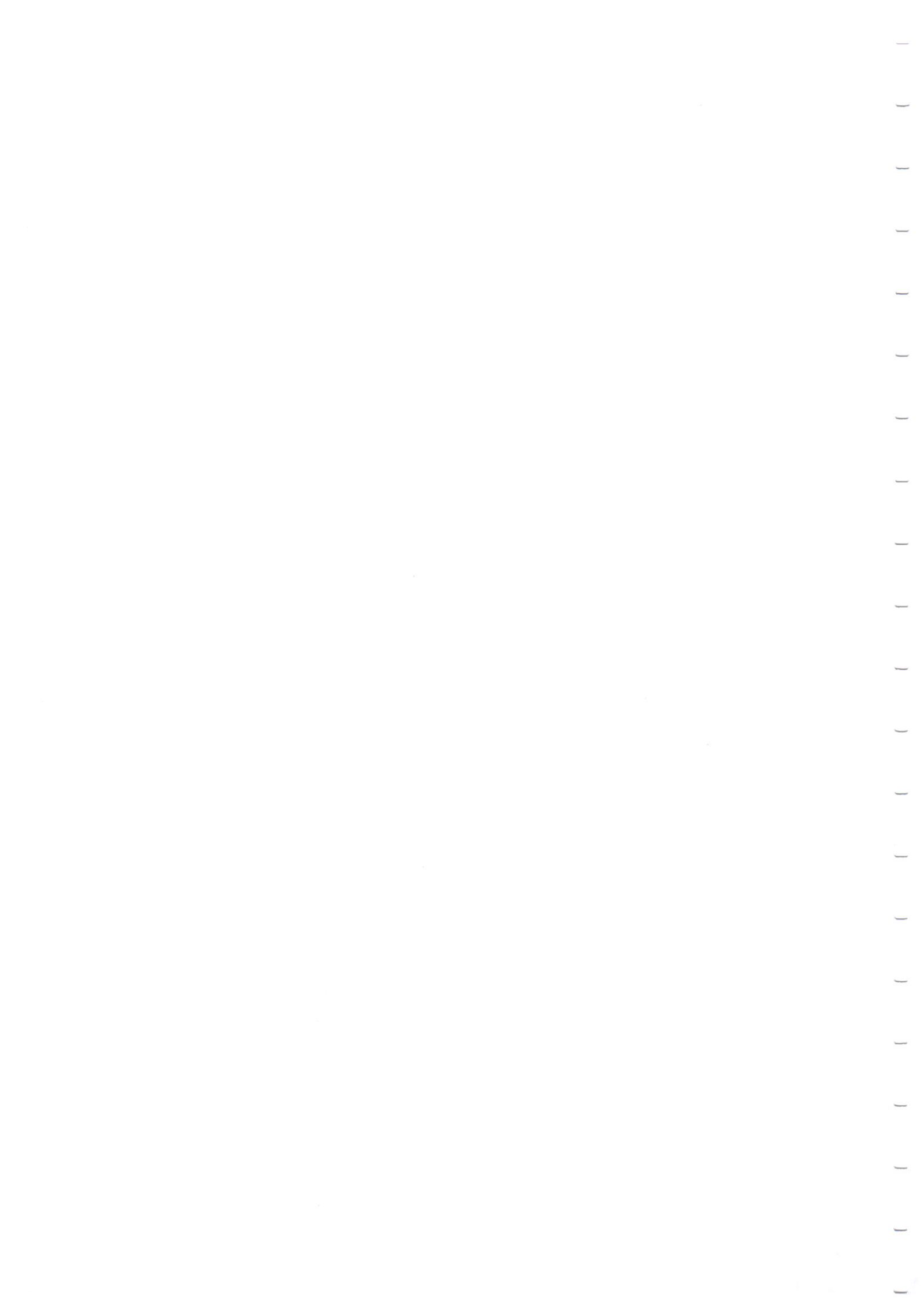
2.8 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้มีความรู้ และดำเนินการโฆษณาอยู่ขอบเขตของ กฎหมาย

2.9 พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้มียุติธรรมความรู้ให้เข้าถึง ตามกลุ่มเป้าหมาย ในการเลือก บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องหรือผิดกฎหมาย รู้เท่าทันการโฆษณาหลอกลวง และรู้วิธีตรวจสอบผลิตภัณฑ์ และโฆษณาจากระบบตรวจสอบผลิตภัณฑ์และโฆษณา

2.10 พัฒนารฐานข้อมูลการอนุญาตผลิตภัณฑ์ ฐานการอนุญาตข้อมูลโฆษณา และ ฐานข้อมูลการกระทำผิด ให้ต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน และสืบค้นง่าย มีการแสดงผลผลิตภัณฑ์ ภาพหน้า โฆษณาชุดตีพิมพ์เผยแพร่โฆษณาโดยเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการ

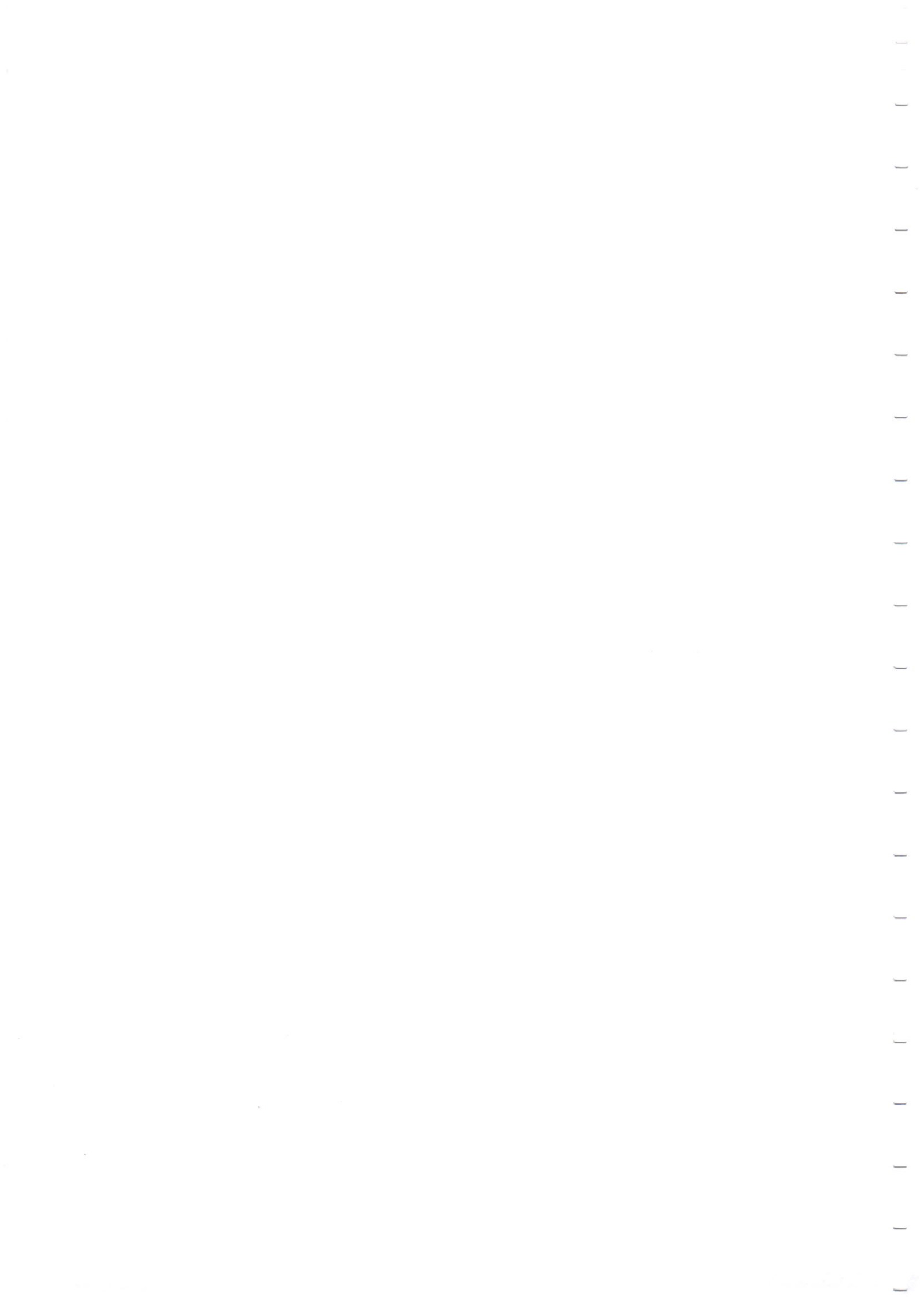
3. ภาครัฐทั้ง อย. กสทช. บกปคบ. กระทรวงดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องจะต้องบูรณาการการดำเนินการในการจัดการปัญหาโฆษณาอย่าง ต่อเนื่อง

4. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยถึงประสิทธิผลของมาตรการแนวทาง ที่เสนอหลังจากทดลองทำแล้วระยะหนึ่ง

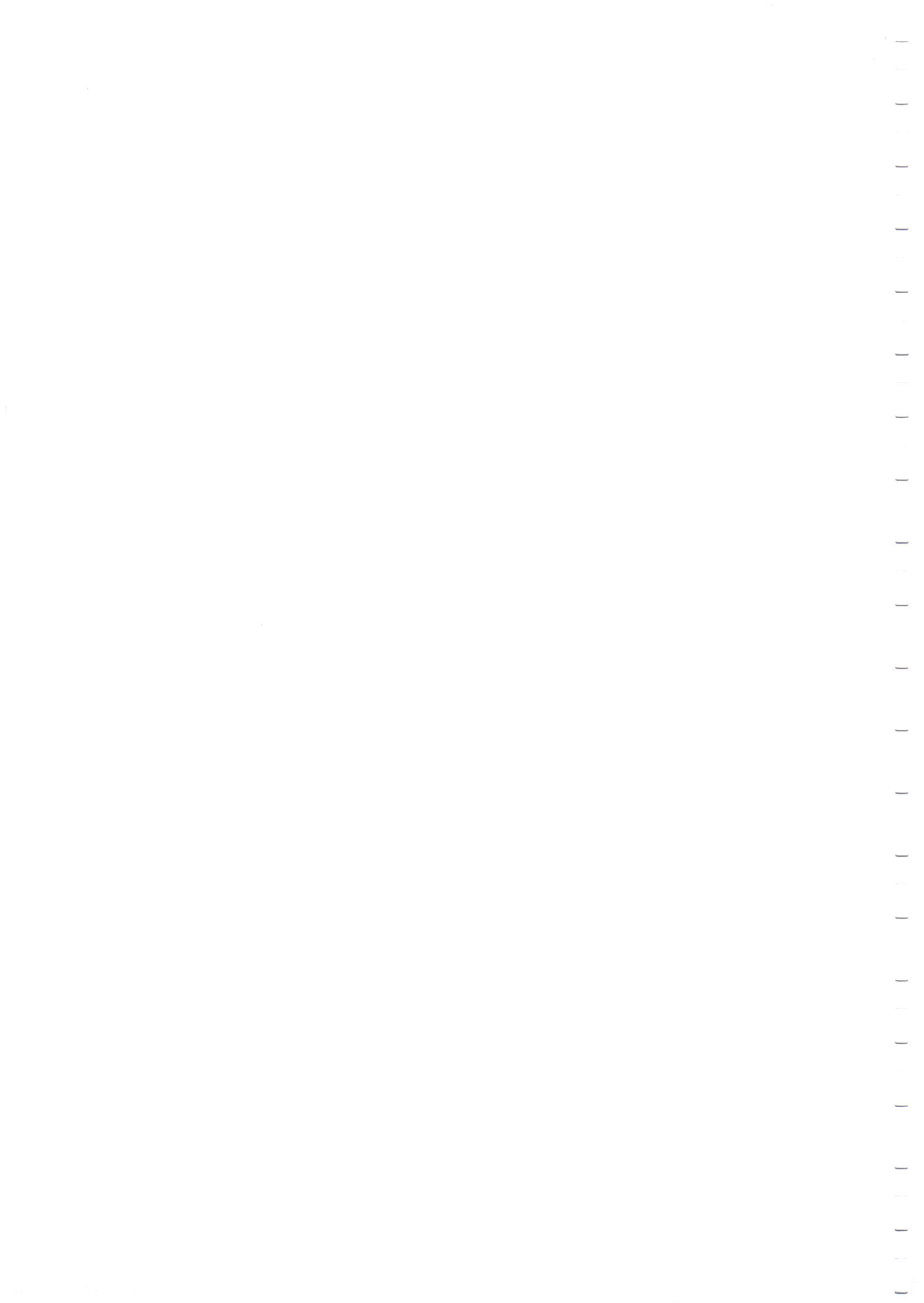


บรรณานุกรม

1. พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ,ราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 84, ตอนที่ 101/ฉบับพิเศษ. (ลงวันที่ 20 ตุลาคม 2510).
2. พระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 ,ราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 79,ตอนที่ 29. (ลงวันที่ 12 พฤษภาคม 2522).
3. สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 Thailand Internet User Profile 2018. [อินเทอร์เน็ต]. 2562 [เข้าถึงเมื่อ 1 ธันวาคม 2562] เข้าถึงได้จาก <https://www.etcha.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>
4. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (23 เมษายน 2561). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2561-63 อุตสาหกรรม ยา. เข้าถึงได้จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/2aaa5a05-86b2-4c9d-9314-5d59735da733/IO_Pharmaceutical_2018_TH.aspx
5. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาควบคุมพิเศษ พ.ศ. 2521. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 94, ตอนที่ 68 (ลงวันที่ 26 พฤษภาคม 2521).
6. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาควบคุมพิเศษ (ฉบับที่ 14) พ.ศ. 2536. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 110, ตอนที่ 93 (ลงวันที่ 31 พฤษภาคม 2536).
7. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาควบคุมพิเศษ (ฉบับที่ 35) พ.ศ. 2551. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 125, ตอนพิเศษ 173 ง (ลงวันที่ 5 พฤศจิกายน 2551).
8. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาควบคุมพิเศษ (ฉบับที่ 23) พ.ศ. 2544. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 118, ตอนพิเศษ 89 ง (ลงวันที่ 12 กันยายน 2544).
9. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาอันตราย พ.ศ. 2521. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 95, ตอนที่ 68 (ลงวันที่ 26 พฤษภาคม 2521).
10. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาอันตราย (ฉบับที่ 20) พ.ศ. 2550. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 124, ตอนพิเศษ 115 ง (ลงวันที่ 2 สิงหาคม 2550).
11. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาอันตราย (ฉบับที่ 28) พ.ศ. 2560. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 134, ตอนพิเศษ 97 ง (ลงวันที่ 30 มกราคม 2560).
12. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาอันตราย (ฉบับที่ 15) พ.ศ. 2545. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 119, ตอนพิเศษ 50 ง (ลงวันที่ 4 มิถุนายน 2545).



13. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาอันตราย (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2531. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 116, ตอนพิเศษ 16 ง (ลงวันที่ 19 ธันวาคม 2531).
14. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาอันตราย (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2534. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 184, ตอนพิเศษ 157 (ลงวันที่ 10 กรกฎาคม 2534).
15. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาอันตราย (ฉบับที่ 11) พ.ศ. 2536. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 110, ตอนที่ 93 (ลงวันที่ 31 พฤษภาคม 2536).
16. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาอันตราย (ฉบับที่ 23) พ.ศ. 2554. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 128, ตอนพิเศษ 103 (ลงวันที่ 28 กรกฎาคม 2554).
17. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาสามัญประจำบ้านแผนปัจจุบัน พ.ศ. 2542. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 116, ตอนที่ 38 ง (ลงวันที่ 28 มีนาคม 2542).
18. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. รวบรวมบัญชีวัตถุกฎหมายด้านยา สำนักยา 2556;756:417-418
19. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาสามัญประจำบ้านแผนปัจจุบัน (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2555. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 129, ตอนพิเศษ 174 ง (ลงวันที่ 26 มีนาคม 2555).
20. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาสามัญประจำบ้านแผนปัจจุบัน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2560. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 134, ตอนพิเศษ 97 ง (ลงวันที่ 18 กันยายน 2549).
21. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาสามัญประจำบ้านแผนปัจจุบัน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2549. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 132, ตอนพิเศษ 112 ง (ลงวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560).
22. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยาอันตราย (ฉบับที่ 30) พ.ศ. 2561. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 135, ตอนพิเศษ 291 ง (ลงวันที่ 26 ตุลาคม 2561).
23. พระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2530 ,ราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 96,ตอนที่ 79. (ลงวันที่ 30 ธันวาคม 2530).
24. มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 ประจำปี พ.ศ. 2554 วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2555 <https://www.ryt9.com/s/cabt/1414069> [เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2562].
25. มติคณะรัฐมนตรี[ฐานข้อมูลออนไลน์]. กรุงเทพมหานคร: สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี; 2549[2560]. [เข้าถึงวันที่ 28 ธันวาคม 2562]. http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top_serl=99313580

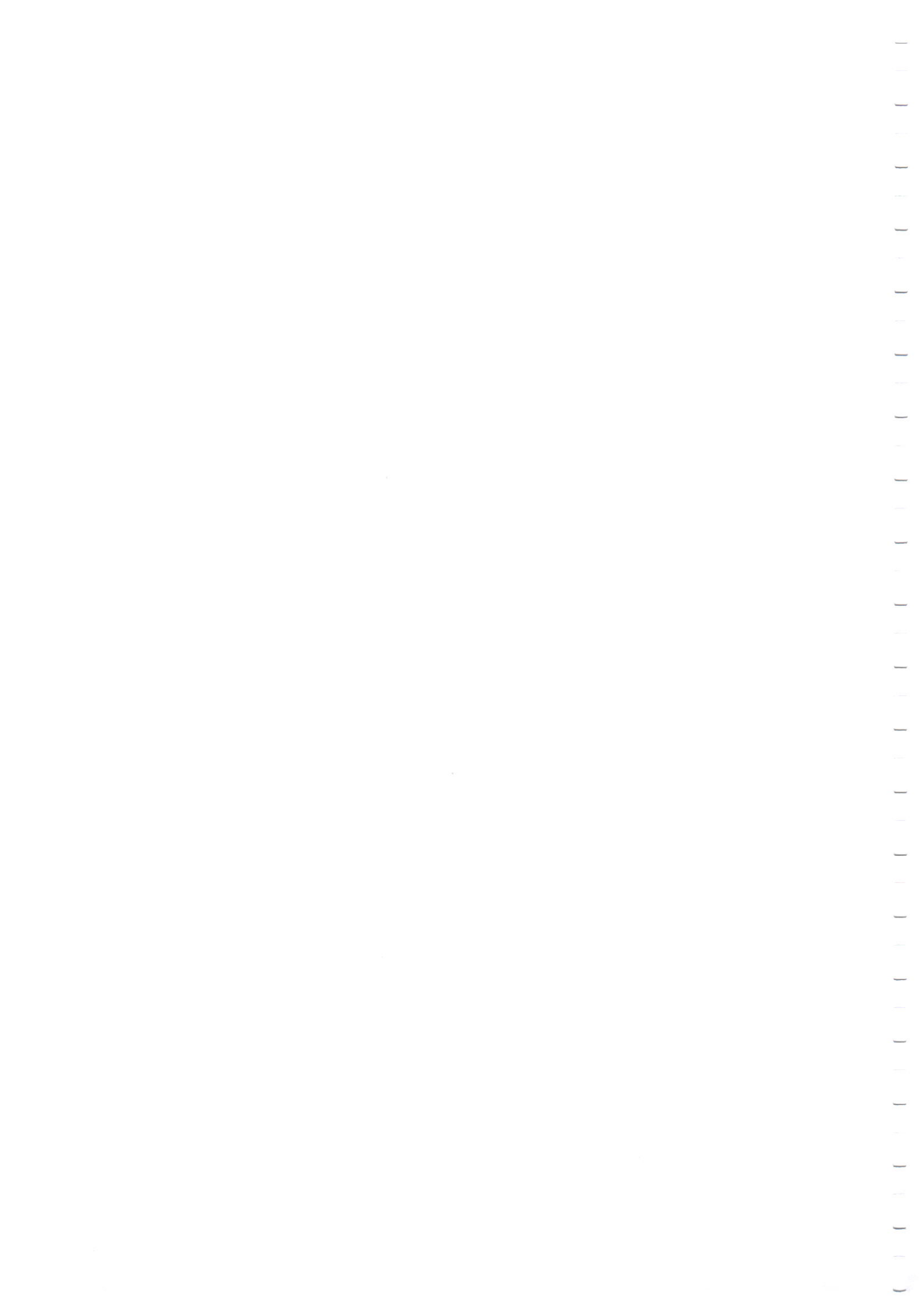


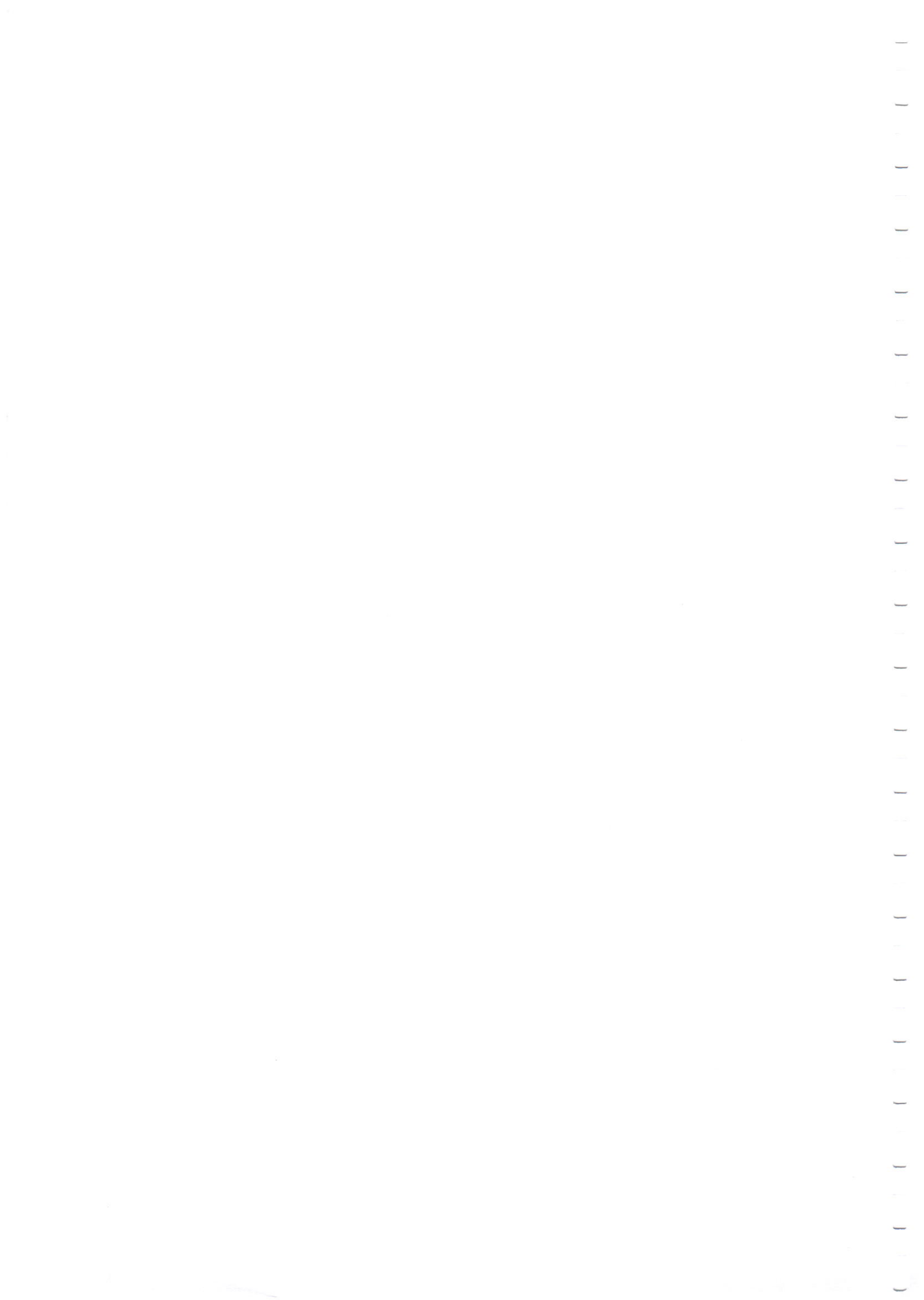
26. มติคณะรัฐมนตรี[ฐานข้อมูลออนไลน์]. กรุงเทพมหานคร: สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี; 2549[2560]. [เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2562].
http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top_serl=99303541
27. ภญ.เขมวดี ขนบแก้ว. รายงานพิเศษเส้นทางความร่วมมือระหว่างสนง. สสจ.ทั่วประเทศกับกสทช.ในการจัดการปัญหาโฆษณาทางสื่อวิทยุ. ยาวีพากย์ 2562;40:16-29.
28. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. รายงานประจำปี 2561 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. เข้าถึงจาก
<http://www.fda.moph.go.th/PLAN/SitePages/Document/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%88%E0%B8%B3%E0%B8%9B%E0%B8%B52561.pdf> [เข้าถึงเมื่อ 1 ธันวาคม 2562].
29. ผศ.ดร.ภญ.อรกัญญา ภูมิโคกรักษ์. การจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมในต่างประเทศ. ยาวีพากย์ 2562;40:6-9
30. ประกาย หมายมั่น. การสำรวจขายยาผ่านเว็บไซต์ขายสินค้าซึ่งเป็นที่นิยมในประเทศไทย.วารสารเภสัชกรรมไทย 2561;2;40:368-377



ภาคผนวก

1. แบบเก็บตัวอย่างการโฆษณาขายยาออนไลน์
2. แบบตรวจสอบข้อความโฆษณา





ภาคผนวก 2

แบบตรวจสอบข้อความโฆษณา รหัส

1. วันที่ตรวจพบ.....
2. URL.....
3. ประเภทสื่อ

| | | | |
|--|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> โซเชียลมีเดีย | <input type="checkbox"/> ร้านค้าออนไลน์ | <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ทั่วไป | <input type="checkbox"/> เว็บไซต์สุขภาพ |
| <input type="checkbox"/> เว็บไซต์หลัก | <input type="checkbox"/> อีมาร์เก็ตเพลส | <input type="checkbox"/> อื่นๆ | |
1. ชื่อผลิตภัณฑ์ยา.....
2. เลขทะเบียนตำรับยา

| | |
|---|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> พบ เลขทะเบียน..... | <input type="checkbox"/> ไม่พบ |
|---|--------------------------------|
3. ประเภทยา

| | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> ยาบรรจุเสร็จไม่ใช่ยาอันตราย | <input type="checkbox"/> ยาสามัญประจำบ้าน | <input type="checkbox"/> ยาควบคุมพิเศษ |
| <input type="checkbox"/> ยาอันตราย | <input type="checkbox"/> ไม่พบทะเบียนตำรับยา | |
4. กรณีตรวจสอบประเภทผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม พบว่าเป็น

| | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> อาหาร | <input type="checkbox"/> เครื่องสำอาง | <input type="checkbox"/> เครื่องมือแพทย์ |
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์สมุนไพร | <input type="checkbox"/> ตรวจสอบเพิ่มเติม | |
5. ประเภทผู้โฆษณา

| | | | |
|---|---|--------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ผู้ผลิต/นำเข้า | <input type="checkbox"/> ร้านยา/ร้านค้า | <input type="checkbox"/> บุคคล | <input type="checkbox"/> คลินิก |
| <input type="checkbox"/> เว็บไซต์สุขภาพ | <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ราชการ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ | |
6. รูปแบบการโฆษณา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ขยาย | <input type="checkbox"/> โฆษณา | <input type="checkbox"/> การให้คะแนน |
| <input type="checkbox"/> โฆษณาแฝง | <input type="checkbox"/> รีวิว | <input type="checkbox"/> อื่นๆ |
7. ผลการตรวจสอบการโฆษณา

| | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ถูกต้องตามกฎหมาย เลข ชม. | <input type="checkbox"/> ผ่าฝืนกฎหมาย |
|--|---------------------------------------|
8. จากข้อ 10. ตรวจสอบพบเป็นการโฆษณาฝ่าฝืนกฎหมายตามมาตราใดใน พ.ร.บ.ยา 2510 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> ม.88ทวิ | <input type="checkbox"/> ม.88(1) | <input type="checkbox"/> ม.88(2) |
| <input type="checkbox"/> ม.88(3) | <input type="checkbox"/> ม.88(4) | <input type="checkbox"/> ม.88(5.1) ยาบำรุงกาม |
| <input type="checkbox"/> ม.88(5.2) ยาคุมกำเนิด | <input type="checkbox"/> ม.88(6.1) ยาอันตราย | <input type="checkbox"/> ม.88(6.2) ยาควบคุมพิเศษ |
| <input type="checkbox"/> ม.88(7) | <input type="checkbox"/> ม.88(8) | <input type="checkbox"/> ม.89.1 ไม่สุภาพ |
| <input type="checkbox"/> ม.89.2 ร้องรำทำเพลง | <input type="checkbox"/> ม.89.3 แสดงความทุกข์ทรมาน | <input type="checkbox"/> ม.90.1 แกรมพก |
| <input type="checkbox"/> ม.90.2 ออกสโลการางวัล | | |

หมายเหตุ

มาตรา ๘๘ การโฆษณาขายจะต้อง

- (๑) ไม่เป็นการโฆษณาชวนเชื่อหรือชักชวนให้ส่วนประกอบของยาสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือมหัศจรรย์ หรือใช้โดยอาศัยอิทธิฤทธิ์ความเชื่อตามความนิยม
- (๒) ไม่แสดงสรรพคุณเกินจริงหรือเกินความจริง
- (๓) ไม่ทำให้ผู้รับใช้ยาได้เข้าใจผิดเกี่ยวกับส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในยา หรือเกินกว่าที่ที่ทำได้จริง
- (๔) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาที่ไม่ใช่ยาหรือยาที่ระบุอย่างชัดแจ้ง
- (๕) ไม่ทำให้ผู้รับใช้ยาเข้าใจว่ายาที่ระบุขายหรือขายกันผิด
- (๖) ไม่แสดงสรรพคุณเกินจริงหรือยิวความคลุมเครือ
- (๗) ไม่มีการบอกรับหรือถือสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น
- (๘) ไม่แสดงสรรพคุณเกินกว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรืออาการของโรคที่ระบุบนฉลากตามมาตรา ๘๗

ความใน (๕) และ (๖) ไม่ใช้บังคับสำหรับความในหลักข้อยกเว้นการกำกับและควบคุม (๑) (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) ไม่ใช้บังคับกับการโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการ ประชาชน หรือผู้ประกอบอาชีพใดก็ได้

มาตรา ๘๘ พ.ร.บ.๒๕๑๐ การโฆษณาขายทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางอากาศทางวิทยุคมนาคม หรือทางโทรศัพท์จะต้อง

- (๑) ได้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ขึ้นการโฆษณาจากผู้โฆษณา
- (๒) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้โฆษณากำหนด

มาตรา ๘๘ ห้ามมิให้ผู้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำทำเพลง หรือแสดงความทุกข์ทรมานของผู้อื่น

มาตรา ๙๐ ห้ามมิให้ผู้โฆษณาขายยาโดยฝ่าฝืนประกาศกระทรวงสาธารณสุข

