

รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน
เกี่ยวกับการโฆษณาหรือโฆษณาอาหาร ในเขตตรวจราชการที่ 1
ปีงบประมาณ 2552

โดย

นางสาวเพลิน จำแนกพล

เภสัชกรชำนาญการ

กลุ่มส่งเสริมและประสานงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพพื้นที่

[อวช] QV736

พ923ก.คบ4

2553

กองส่งเสริมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

พ.ศ. 2553

รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน
เกี่ยวกับการโฆษณาหรือโฆษณาอาหาร ในเขตตรวจราชการที่ 1
ปีงบประมาณ 2552

โดย

นางสาวเพลิน จำแนกพล

เภสัชกร ชำนาญการ

กลุ่มส่งเสริมและประสานงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพพื้นที่

กองส่งเสริมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

พ.ศ. 2553

016 19017

ศูนย์วิทยบริการ
กองแผนงานและวิชาการ อย.
เลขหมู่..... ๑๖๑๖ ๗๑๑ ๖๓.๕๗๕๖๖๖
เลขทะเบียน..... ๖๐๑๙๐
วันที่..... ๒๗ ก.พ. 2555

คำนำ

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ผู้บริโภคตั้งแต่ระดับรากหญ้าขึ้นไปใช้เป็นช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ตั้งแต่สมัยโบราณมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งขณะนี้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนเป็นจำนวนมาก ในเขตตรวจราชการที่ 1 (นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี) มีสถานีวิทยุชุมชนประมาณ 171 แห่ง โดยบางสถานีมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น การโฆษณาเครื่องดื่มน้ำผลไม้ยี่ห้อหนึ่ง ที่โฆษณาว่าสามารถรักษาโรคเบาหวาน ความดัน และอีกหลายโรค ซึ่งผู้ฟังรายการวิทยุดังกล่าว ได้หลงเชื่อและซื้อมาบริโภคเป็นจำนวนมาก สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ได้ตรวจสอบและดำเนินคดี โดยพบว่าเป็นการโฆษณาอาหารในภาวะปิดสนิทโดยไม่ได้รับอนุญาตและโฆษณาหลอกลวงประชาชน

ค.บ.เขต 1 กอง ค.บ. อย. จึงได้จัดทำวิจัยเรื่อง "การศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณายาหรือโฆษณาอาหาร ในเขตตรวจราชการที่ 1 ปีงบประมาณ 2552" ขึ้นเพื่อสำรวจสถานการณ์ ว่าผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ที่นั้นมีความรู้กฎหมายอาหารและยาหรือไม่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนบริหารจัดการผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ในการลดปัญหาการโฆษณาอาหารหรือยาต่อไป

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการศึกษาวินิจฉัยเรื่องนี้จะประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ ในส่วนภูมิภาค ในการดำเนินการเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารหรือยาทางวิทยุชุมชนต่อไป

ผู้วิจัย

27 กรกฎาคม 2552

บทสรุปผู้บริหาร

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ผู้บริโภคตั้งแต่ระดับรากหญ้าขึ้นไปใช้เป็นช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ตั้งแต่สมัยโบราณมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งขณะนี้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนเป็นจำนวนมาก ในเขตตรวจราชการที่ 1 (นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี) มีสถานีวิทยุชุมชนประมาณ 171 แห่ง โดยบางสถานีมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น การโฆษณาเครื่องดื่มน้ำผลไม้ยี่ห้อหนึ่ง ที่โฆษณาว່สามารถรักษาโรคเบาหวาน ความดัน และอีกหลายโรค ซึ่งผู้ฟังรายการวิทยุดังกล่าว ได้หลงเชื่อและซื้อมารับริโภคเป็นจำนวนมาก และมีผู้บริโภคร้องเรียนมาที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดแห่งหนึ่ง พนักงานเจ้าหน้าที่ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดแห่งนั้น ได้ตรวจสอบเรื่องร้องเรียนดังกล่าวพบว่าเป็นการโฆษณาอาหารในภาวะปิดสนิทโดยไม่ได้รับอนุญาตและโฆษณาหลอกลวงประชาชน และจากการสัมภาษณ์เครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งที่ 1 ปีงบประมาณ 2552 วันที่ 11-12 ธันวาคม 2551 พบปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางวิทยุชุมชนเป็นจำนวนมากทุกจังหวัด และมีความรุนแรงมากขึ้น ๆ ทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยเฉพาะน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ ยาแผนโบราณ ยาแผนโบราณที่เป็นยาสามัญประจำบ้านและใช้ระบบขายตรงด้วย

พนักงานเจ้าหน้าที่ในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดที่พบมีการร้องเรียนการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งยา อาหาร และเครื่องสำอาง ที่ผิดกฎหมายทางสถานีวิทยุชุมชน ได้ดำเนินคดีกับสถานีวิทยุชุมชนดังกล่าว แต่ก็ยังพบการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายทางวิทยุชุมชนอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินคดีทางกฎหมายแก่วิทยุชุมชนที่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายมิใช่ทางออกในการแก้ปัญหา เนื่องจากเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุและก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างพนักงานเจ้าหน้าที่สาธารณสุข กับผู้ดำเนินกิจการวิทยุชุมชน

คบ.เขต 1 กอง คบ. อย. จึงได้จัดทำวิจัยเรื่องนี้ขึ้นเพื่อสำรวจสถานการณ์ของปัญหาโดยศึกษาความรู้ของ ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณายาหรือโฆษณาอาหาร ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ยาหรือผลิตภัณฑ์อาหาร เนื่องจากได้รับข้อมูลจากการโฆษณาที่ถูกต้องทางวิทยุชุมชน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนสามารถดำเนินการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาและอาหารให้ถูกต้องตามกฎหมายต่อไป โดยมีได้ใช้งบประมาณของทางราชการแต่อย่างใด

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณายาหรือโฆษณาอาหาร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน มีความรู้ด้านการโฆษณา โฆษณาอาหาร ในภาพรวม ร้อยละ 59.1 ซึ่งเมื่อได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกในเรื่องที่จำเป็นต้องรู้ เกี่ยวกับหัวข้อการโฆษณาอาหารและยาพบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน มีความรู้เพียงร้อยละ 11.8 โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบหรือที่เกี่ยวข้องดำเนินการ

1.1 เสนอสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ให้กองควบคุมยาและกองควบคุมอาหาร ดูแลผู้ผลิตยาหรือผู้ผลิตอาหารให้ทราบและเข้าใจถึงการนำสื่อโฆษณาไปเผยแพร่ทางวิทยุชุมชน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าแหล่งที่มาของสื่อในการเผยแพร่ทางวิทยุชุมชนนั้นได้จากบริษัทผู้ผลิตยาและผู้ผลิตอาหาร เป็นผู้จัดทำให้กับทางสถานี นอกจากนี้ให้ดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนสามารถเข้าถึง และตรวจสอบการอนุญาตโฆษณาได้

1.2 เสนอสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนทราบถึงการโฆษณาหรืออาหารว่าจะต้องได้รับอนุญาตโฆษณาก่อน จึงจะสามารถนำไปเผยแพร่ต่อประชาชน หรือ ผลักดันให้เป็นตัวชี้วัด ระดับกรมฯ เพื่อให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ในส่วนภูมิภาค มีกิจกรรมให้ความรู้ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่ ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ให้ทราบเกี่ยวกับกฎระเบียบ ข้อบังคับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องตามกฎหมาย และกิจกรรมการเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสถานีวิทยุชุมชน ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลที่ถูกต้อง อันจะส่งผลในการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพต่อไป

1.3 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ร่วมกับหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างภาคีเครือข่ายวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยผู้วิจัยได้จัดหาทุนจากแผนงานสร้างกลไกเฝ้าระวังและพัฒนาระบบยา (กพย.) คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 200,000 (สองแสนบาทถ้วน) ในการจัดประชุมโครงการสร้างเครือข่ายวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาอาหารและยา ในเขตตรวจราชการที่ 1 ประจำปีงบประมาณ 2552 ในวันที่ 17 ส.ค. 2552 ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้ได้ให้ความรู้ด้านโฆษณาอาหาร โฆษณา ยา แก่ผู้เข้าร่วมประชุมด้วย

2. ข้อเสนอแนะเชิงการวิจัย

2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในเขตตรวจราชการที่ 1 ซึ่งเป็นพื้นที่ในเขตปริมณฑลและเขตพื้นที่ใกล้กรุงเทพมหานคร ดังนั้นการนำข้อมูลการวิจัยไปประยุกต์ ใช้ในพื้นที่อื่นๆ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มตัวอย่าง สภาพพื้นที่ และพฤติกรรมกรบริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งอาจจะส่งผลให้ข้อมูลแตกต่างกันได้

2.2 ควรจัดการประชุมเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องด้านการโฆษณาอาหารหรือ โฆษณา ยา แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	1
กรอบแนวคิดการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
ข้อตกลงในการวิจัย	2
นิยามศัพท์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้	3
หลักกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาตามพระราชบัญญัติยา	6
หลักกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาตามพระราชบัญญัติอาหาร	7
หลักกฎหมายตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	12
รูปแบบการวิจัย	12
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	12
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	12
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	13
วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
บทที่ 4 ผลการวิจัย	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	15
ส่วนที่ 2 ผลการวัดความรู้	21
ส่วนที่ 3 ผลการสำรวจความต้องการเข้ารับการอบรม	23
ผลการสนทนากลุ่ม	24
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	25
สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย	25
ข้อเสนอแนะ	27
เอกสารอ้างอิง	29
ภาคผนวก	31
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ	32
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	36
ประวัติผู้วิจัย	44
กำหนดการประชุม โครงการสร้างเครือข่ายวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	
ด้านโภชนาการอาหารและยา ในเขตตรวจราชการที่ 1 ประจำปี 2552	46

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1-4 แสดงข้อมูลทั่วไป	15
ตารางที่ 5 แสดงผลคะแนนจากการวัดความรู้ด้านการโฆษณาและอาหาร	21
ตารางที่ 6 สรุปผลการประเมินความรู้ในแต่ละด้าน	23

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ผู้บริโภคตั้งแต่ระดับรากหญ้าขึ้นไปใช้เป็นช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ตั้งแต่สมัยโบราณมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งขณะนี้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนเป็นจำนวนมาก ในเขตตรวจราชการที่ 1 (นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี) มีสถานีวิทยุชุมชนประมาณ 171 แห่ง โดยบางสถานีมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น การโฆษณาเครื่องดื่มน้ำผลไม้ห่อหนึ่ง ที่โฆษณาว่าสามารถรักษาโรคเบาหวาน ความดัน และอีกหลายโรค ซึ่งผู้ฟังรายการวิทยุดังกล่าว ได้หลงเชื่อและซื้อมาบริโภคเป็นจำนวนมาก และมีผู้บริโภคร้องเรียนมาที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดแห่งหนึ่ง พนักงานเจ้าหน้าที่ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดแห่งนั้นได้ตรวจสอบเรื่องร้องเรียนดังกล่าวพบว่าเป็นการโฆษณาอาหารในภาษาะปิดสนิทโดยไม่ได้รับอนุญาตและโฆษณาหลอกลวงประชาชน และจากการสัมมนาเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งที่ 1 ปีงบประมาณ 2552 วันที่ 11-12 ธันวาคม 2551 พบปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางวิทยุชุมชนเป็นจำนวนมากทุกจังหวัด และมีความรุนแรงมากขึ้นๆ ทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยเฉพาะน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ ยาแผนโบราณ ยาแผนโบราณที่เป็นยาสามัญประจำบ้านและใช้ระบบขายตรงด้วย

พนักงานเจ้าหน้าที่ในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดที่พบมีการร้องเรียนการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งยา อาหาร และเครื่องสำอาง ที่ผิดกฎหมายทางสถานีวิทยุชุมชน ได้ดำเนินคดีกับสถานีวิทยุชุมชนดังกล่าว แต่ก็ยังพบการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายทางวิทยุชุมชนอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินคดีทางกฎหมายแก่วิทยุชุมชนที่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย มิใช่ทางออกในการแก้ปัญหา เนื่องจากเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุและก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างพนักงานเจ้าหน้าที่สาธารณสุข กับผู้ดำเนินกิจการวิทยุชุมชน

ค.บ.เขต 1 กอง คบ. อย. จึงได้จัดทำวิจัยเรื่องนี้ขึ้นเพื่อสำรวจสถานการณ์ของปัญหาโดยศึกษาความรู้ของ ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณายาหรือโฆษณาอาหาร ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ยาหรือผลิตภัณฑ์อาหารเนื่องจากได้รับข้อมูลจากการโฆษณาที่ถูกต้องทางวิทยุชุมชน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนสามารถดำเนินการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาและอาหารให้ถูกต้องตามกฎหมายต่อไป โดยมีได้ใช้งบประมาณของทางราชการแต่อย่างใด

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณายาหรือโฆษณาอาหาร

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ศึกษาความรู้เกี่ยวกับ กฎระเบียบ การปฏิบัติในด้านการโฆษณา ตามพรบ.ยา พ.ศ. 2510 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)หรือโฆษณาอาหาร ตาม พรบ.อาหาร พ.ศ. 2522 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน

4. ขอบเขตของการวิจัย

ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนในเขตตรวจราชการที่ 1 (นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี) จำนวน 171 แห่ง

5. ข้อตกลงในการวิจัย

1. ดำเนินการเก็บข้อมูลผู้ดำเนินรายการทางวิทยุชุมชนในเขตตรวจราชการที่ 1 คือ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยาและสระบุรี
2. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าของหน้าที่ในสถานีวิทยุชุมชนละ 1 ชุด

6. นิยามศัพท์

ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน หมายถึง ผู้บริหารสถานี ผู้จัดการรายการ ผู้ดำเนินรายการ และผู้ประกาศ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคอาหารและยาเนื่องจากได้รับข้อมูลจากการโฆษณาที่ถูกต้องทางวิทยุชุมชน
2. ทำให้ผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชนสามารถดำเนินการโฆษณาอาหารและยาให้เป็นไปตามกฎหมาย รวมทั้งเป็นการป้องกันและลดสถิติการกระทำผิดเนื่องจากการโฆษณาอาหารและยา
3. สร้างเครือข่ายระหว่างผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ประชาสัมพันธ์จังหวัด เจ้าหน้าที่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในการประสานงานเฝ้าระวังการโฆษณาและอาหารทางวิทยุชุมชน ตลอดจนการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในเขตตรวจราชการที่ 1

บทที่ 2

วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา ในเขตตรวจราชการที่ 1 ปีงบประมาณ 2552 ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งเอกสารวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยจำแนกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้
2. หลักกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม
3. หลักกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม
4. หลักกฎหมายตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้

1.1 คำจำกัดความของความรู้ (Knowledge)

ฮอสเปอร์ (อ้างถึงในมาโนช เวชพันธ์ 2532:15-16) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับความรู้ว่านับเป็นขั้นแรกของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจดจำ ซึ่งอาจจะโดยการนึกได้ มองเห็น ได้ยิน หรือ ได้ฟัง ความรู้นี้เป็นหนึ่งในขั้นตอนของการเรียนรู้ โดยประกอบไปด้วยคำจำกัดความหรือความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง วิธีการแก้ไขปัญหา และมาตรฐานเป็นต้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าความรู้เป็นเรื่องของการจำอะไรได้ ระลึกได้ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดที่ซับซ้อน หรือใช้ความสามารถของสมองมากนัก ด้วยเหตุนี้การจำได้จึงถือว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญในทางจิตวิทยา และเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ การนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินผล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ได้ใช้ความคิดและความสามารถทางสมองมากขึ้นเป็นลำดับ ส่วนความเข้าใจ (Comprehension) นั้น ฮอสเปอร์ ชี้ให้เห็นว่า เป็นขั้นตอนต่อมาจากความรู้ โดยเป็นขั้นตอนที่จะต้องใช้ความสามารถของสมองและทักษะในขั้นที่สูงขึ้น จนถึงระดับของการสื่อความหมาย ซึ่งอาจเป็นไปได้โดยการใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษา หรือการใช้สัญลักษณ์ โดยมักเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ แล้ว อาจจะโดยการฟัง การเห็น การได้ยิน หรือเขียน แล้วแสดงออกมาในรูปของการใช้ทักษะหรือการแปลความหมายต่าง ๆ เช่น การบรรยายข่าวสารที่ได้ยินมาโดยคำพูดของตนเอง หรือการแปลความหมายจากภาษาหนึ่งไปเป็นอีกภาษาหนึ่ง โดยคงความหมายเดิมเอาไว้ หรืออาจเป็นการแสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อสรุปหรือการคาดคะเนก็ได้

เกษม วัฒนชัย (2544 : 39-40) กล่าวว่า ความรู้ เป็นการรวบรวมความคิดของมนุษย์ จัดให้เป็นหมวดหมู่และประมวลสาระที่สอดคล้องกัน โดยนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์

น้ำทิพย์ วิชาวิน (2547 : 7) กล่าวว่า ความรู้ คือ ความคิด ความเข้าใจและความจำในเนื้อหาสาระ จำแนกเป็น ความรู้ในเนื้อหาของเรื่องนั้นๆ และความรู้ว่าจะหาความรู้ในเรื่องนั้นได้จากที่ใด

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) ได้ให้คำอธิบายว่าความรู้ เป็นพฤติกรรมขั้นต้นที่ผู้เรียนรู้เพียงแต่เกิด ความจำได้ โดยอาจจะเป็นการนึกได้หรือโดยการมองเห็น ได้ยิน จำได้ ความรู้ในขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ โครงสร้างและวิธีแก้ไขปัญหา ส่วนความเข้าใจอาจแสดงออกมาในรูปของทักษะด้าน “การแปล” ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการเขียนบรรยายเกี่ยวกับข่าวสารนั้น ๆ โดยใช้คำพูดของตนเอง และ “การให้ความหมาย” ที่แสดงออกมาในรูปของความคิดเห็นและข้อสรุป รวมถึงความสามารถในการ “คาดคะเน” หรือการคาดหมายว่าจะเกิดอะไรขึ้น

1.2 ประเภทของความรู้

ความรู้สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท (Borghoff,U.M.และ Pareschi,R.1998 อ้างถึงใน วัฒนพงศ์ ลือชูพงศ์ 2548 : 30) ได้แก่

1) ความรู้อย่างไม่เป็นทางการ หรือความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge or Informal Knowledge) เป็นทักษะหรือความรู้เฉพาะตัวของแต่ละบุคคลที่มาจากประสบการณ์ ความเชื่อ หรือความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน เช่น การถ่ายทอดความรู้ ความคิด ผ่านการสังเกต การสนทนา การฝึกอบรม ความรู้ประเภทนี้เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้งานประสบความสำเร็จ ความรู้ประเภทนี้เกิดจากประสบการณ์ และการนำมาเล่าสู่การฟัง จึงไม่สามารถจัดให้เป็นระบบหรือหมวดหมู่ได้ และไม่สามารถเขียนเป็นกฎเกณฑ์หรือตำราได้ แต่สามารถถ่ายทอดหรือแบ่งปันความรู้ได้โดยการสังเกตและเรียนรู้

2) ความรู้อย่างเป็นทางการ หรือความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge or formal Knowledge) เป็นความรู้ที่บันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษรและใช้ร่วมกันในรูปแบบต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ ข้อกำหนด คู่มือ รายงาน สิทธิบัตร ซอฟต์แวร์ รูปภาพ เป็นต้น ความรู้ประเภทนี้เป็นความรู้ที่แสดงออกมาโดยใช้ระบบสัญลักษณ์ จึงสามารถสื่อสารและเผยแพร่ได้สะดวก

1.3 ระดับของความรู้

เบนจามิน บลูม และคนอื่นๆ (Benjamin,S.Bloom.et.al. อ้างถึงในอักษร สวัสดิ์ 2542, 26-28) ได้จำแนกระดับความรู้ไว้ 6 ระดับ ซึ่งพิจารณาจากระดับความรู้ในขั้นต่ำไปสู่ระดับของความรู้ในระดับที่สูงขึ้นไป ดังนี้

1) ระดับที่ระลึกได้ (recall) หมายถึง การเรียนรู้ที่เน้นถึงการจำและการระลึกได้ถึงความคิด วัตถุ วิธีการปฏิบัติ กระบวนการ แบบแผน และปรากฏการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นความจำที่เริ่มจากสิ่งง่าย ๆ ที่เป็นอิสระแก่กัน ไปจนถึงความจำในสิ่งที่ยุ่ยากซับซ้อนและมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำได้

2) ระดับความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (Comprehension) เป็นความสามารถทางสติปัญญาในการขยายความรู้ ความจำ ให้กว้างออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล การแสดงพฤติกรรมเมื่อเผชิญกับสื่อความหมาย และความสามารถในการแปลความหมาย การสรุปหรือการขยายความสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3) ระดับของการนำไปปรับใช้ (Application) เป็นความสามารถในการนำความรู้ ความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด ในเรื่องใด ๆ ที่มีอยู่เดิม ไปแก้ไขปัญหาที่แปลกใหม่ของเรื่องนั้น โดยการใช้ความรู้ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการกับความคิดรวบยอดมาผสมผสานกับความสามารถในการแปลความหมาย การสรุปหรือการขยายความสิ่งนั้น หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นระดับที่ผู้เรียนสามารถนำข้อเท็จจริง ตลอดจนความคิดเห็นที่เป็นนามธรรม แล้วปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม

4) การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นความสามารถและทักษะที่สูงกว่าความเข้าใจ และการนำไปปรับใช้ โดยมีลักษณะเป็นการแยกแยะสิ่งที่จะพิจารณาออกเป็นส่วนย่อย ที่มีความสัมพันธ์กัน รวมทั้งการสืบค้นความสัมพันธ์ของส่วนต่าง ๆ เพื่อดูว่าส่วนประกอบปลีกย่อยนั้นสามารถเข้ากันได้หรือไม่ อันจะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างแท้จริง

5) การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นความสามารถในการรวบรวมส่วนประกอบย่อย ๆ หรือส่วนใหญ่ ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เป็นเรื่องราวอันหนึ่งอันเดียวกัน การสังเคราะห์จะมีลักษณะของการเป็นกระบวนการรวบรวมเนื้อหาสาระของเรื่องต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างรูปแบบหรือโครงสร้างที่ยังไม่ชัดเจนขึ้นมาก่อน อันเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ภายในขอบเขตของสิ่งที่กำหนดให้

6) การประเมินผล (Evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับความคิด ค่านิยม ผลงาน คำตอบ วิธีการและเนื้อหาสาระเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง โดยมีการกำหนดเกณฑ์ (criteria) เป็นฐานในการพิจารณาตัดสิน การประเมินผล จัดได้ว่าเป็นขั้นตอนที่สูงสุดของพุทธิลักษณะ (characteristics of cognitive domain) ที่ต้องใช้ความรู้ความเข้าใจ การนำไปปรับใช้ การวิเคราะห์และการสังเคราะห์เข้ามาพิจารณาประกอบกันเพื่อทำการประเมินผลสิ่งหนึ่งสิ่งใด

นอกจากนี้ เจมส์ เบรน ควิน (James Brains Quinn อ้างถึงใน พรธิดา วิเชียรปัญญา 2547:24) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับระดับของความรู้ไว้ 4 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 รู้ว่าคืออะไร (Know -What) เป็นความรู้ในเชิงการรับรู้

ระดับที่ 2 รู้วิธีการ (Know-How) เป็นความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติ

ระดับที่ 3 รู้เหตุผล (Know-Why) เป็นความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เชิงเหตุผลที่สลับซับซ้อน ที่อยู่ภายใต้เหตุการณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ ความรู้ในระดับนี้สามารถพัฒนาได้บนพื้นฐานของประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาและการอภิปรายเกี่ยวกับประสบการณ์รวมของผู้อื่น

ระดับที่ 4 ใส่ใจกับเหตุผล (Care-Why) เป็นความรู้ในลักษณะการสร้างสรรค์ที่มาจากตัวเอง บุคคลที่มีความรู้ในระดับนี้จะมีเจตจำนง แรงจูงใจ และการปรับตัวเพื่อความสำเร็จ

1.4 การวัดความรู้

การวัดความรู้ คือ การวัดสมรรถภาพของสมองด้านการระลึกออกของความจำนั่นเอง เป็นการวัดเกี่ยวกับเรื่องราวที่เคยมีประสบการณ์หรือเคยรู้เคยเห็น และทำมาก่อนทั้งสิ้น การวัดความรู้ความสามารถสร้างคำถามวัดสมรรถภาพด้านนี้ได้หลายลักษณะด้วยกัน ลักษณะของคำถามก็แตกต่างกันออกไปตามชนิดของความรู้ ความจำ แต่ก็จะมีลักษณะร่วมกันอยู่อย่างหนึ่ง คือ เป็นคำถามที่ให้ระลึกถึง

ประสบการณ์ที่ผ่านมาที่จำได้ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของคำศัพท์ นิยาม ระเบียบ แบบแผน หรือหลักการ ทฤษฎีต่างๆ (พิพัฒน์ ทองผดุงโรจน์ 2537)

1.5 การสร้างความรู้

โนนากะและทาเคอุชิ (Nonaka and Takeuchi อ้างถึงในพรธิดา วิเชียรปัญญา 2547:26) กล่าวว่าความรู้ใหม่เกิดจากปฏิกริยาระหว่างความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) กับความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) ในกระบวนการที่ต่อเนื่องเป็นวงจรเรียกว่าการเปลี่ยนแปลงความรู้ กระบวนการดังกล่าวจำแนกเป็น 4 ประการ

1) Socialization เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) ผ่านการแบ่งปันประสบการณ์อันเนื่องมาจากการอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกันโดยบุคคลสามารถรับความรู้โดยนัย ได้จากการสังเกต ลอกเลียนแบบ หรือลงมือปฏิบัติ หรืออีกนัยหนึ่ง คือการพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่จากทักษะและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มด้วยการระดมความคิด การแลกเปลี่ยนความคิดระหว่างบุคคล

2) Externalization เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) ขั้นตอนนี้นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสร้างความรู้ เพราะเป็นขั้นที่ความรู้โดยนัยถูกทำให้ชัดเจน โดยการเปรียบเทียบ ใช้ตัวอย่าง หรือสร้างสมมติฐาน กล่าวคือ เป็นกระบวนการแปลงความรู้ของแต่ละบุคคลออกมาเป็นรูปแบบ แนวทางที่ชัดเจน เป็นการสร้างความรู้ใหม่ที่มีการบันทึกข้อมูลได้

3) Combination เป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) โดยการรวบรวมและทำให้ความคิดต่างๆเป็นระบบจนกลายเป็นความรู้ ความรู้ที่นำมา รวมกันนี้เกิดจากการแลกเปลี่ยนของบุคคลเป็นหลัก ผนวกกับความรู้ที่ผ่านสื่อหรือช่องความรู้ต่างๆ เช่น การประชุม เอกสาร การสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ อาจกล่าวได้ว่าเป็นขั้นตอนที่ใช้ความรู้จากฐานข้อมูล วรรณกรรม หรือ การสนทนาแลกเปลี่ยนเพื่อผสมผสานความรู้จากแหล่งต่างๆให้เกิดประโยชน์

3) Internalization เป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) ไปเป็นความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) จากความรู้ต่างๆที่บุคคลได้รับทั้งที่เป็นความรู้โดยนัยและความรู้ที่ชัดเจนจะรวมกันกลับไปเป็นความรู้โดยนัย ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคลนั้นๆอีกครั้ง อีกนัยหนึ่งคือ การใช้ความรู้ที่มีอยู่ในรูปแบบใดๆไปใช้ประโยชน์ได้จริงเกิดเป็นทักษะความชำนาญในงานนั้นๆ (น้ำทิพย์ วิภาวิน 2547 : 30)

2. หลักกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม มีการบัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณาไว้ในหมวดที่ 11 ในมาตราดังต่อไปนี้

มาตรา 88 การโฆษณาขายยาจะต้อง

(1) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุอันเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน

- (2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยาหรือส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในยา หรือมีแต่ไม่เท่าที่ทำให้เข้าใจ
- (4) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูกหรือยาขับระดูอย่างแรง
- (5) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกามหรือยาคุมกำเนิด
- (6) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ
- (7) ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น
- (8) ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือ ป้องกันโรค หรืออาการของโรคที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 77

ความใน (5) และ (6) ไม่ใช่บังคับแก่ข้อความในฉลากหรือเอกสารกำกับยา และความใน (1) (4) (5) (6) (7) และ (8) ไม่ใช่บังคับแก่การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการโรคศิลปะหรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์

มาตรา 88 ทวิ การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ หรือภาพยนตร์ หรือสิ่งพิมพ์จะต้อง

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

มาตรา 89 ห้ามมิให้โฆษณายาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำทำเพลง หรือแสดงความทุกษ์ทรमानของผู้ป่วย

มาตรา 90 ห้ามมิให้โฆษณายาโดยวิธีแถมพกหรือออกสลากรางวัล

มาตรา 90 ทวิ เลขชาติการคณะกรรมการอาหารและยามีอำนาจสั่งเป็นหนังสือให้ระงับการโฆษณายาที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้

3. หลักกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม
มีการบัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณาไว้ในหมวดที่ 5 เรื่อง การขึ้นทะเบียนและการโฆษณาเกี่ยวกับอาหารในมาตราดังต่อไปนี้

มาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร อันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

มาตรา 41 ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณ ของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใด เพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้

มาตรา 42 เพื่อพิทักษ์ประโยชน์และความปลอดภัยของผู้บริโภค ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจสั่งเป็นหนังสืออย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

(1) ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณา ระวังการโฆษณาอาหารที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนมาตรา 41

(2) ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณาอาหาร ระวังการผลิต การนำเข้า การจำหน่ายหรือการโฆษณาอาหารที่คณะกรรมการเห็นว่าอาหารดังกล่าวไม่มีคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณตามที่โฆษณา

4. หลักกฎหมายตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มีสาระสำคัญดังนี้

กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ต้องได้รับใบอนุญาต (มาตรา 7) ยกเว้น สถานีวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ (มาตรา 73)

ผู้ใดฝ่าฝืนมีโทษอาญา (มาตรา 66) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินห้าล้านบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับวันละไม่เกินห้าหมื่นบาทตลอดระยะเวลาที่ฝ่าฝืน

ส่วนราชการอื่น รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐต้องขอรับใบอนุญาต แต่ขณะนี้แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อยู่ในระหว่างดำเนินการของ กทช. พระราชบัญญัติฉบับนี้จึงมีบทเฉพาะกาล ให้สามารถประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ต่อไปได้ จนถึงวันที่แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีผลใช้บังคับ

ใบอนุญาตและคุณสมบัติของผู้รับอนุญาต(มาตรา 10) มี 3 ประเภท คือ

- 1.ใบอนุญาตประกอบกิจการสาธารณะ ต้องเป็นส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีหน้าที่ตามกฎหมาย สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะและสถาบันอุดมศึกษา
- 2.ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน (มาตรา 12) ต้องเป็นสมาคม มูลนิธิ นิติบุคคลอื่น กลุ่มคนในท้องถิ่น
- 3.ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ (มาตรา 13) เฉพาะกิจการธุรกิจระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น ต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าหนึ่งในสาม มีภูมิลำเนาในเขตภูมิภาค หรือท้องถิ่น มีฐานะทางการเงินมั่นคง มีระบบตรวจสอบบัญชี และมีลักษณะอื่นใด ซึ่งเป็นประกันความมั่นคงในการประกอบกิจการ

กิจการธุรกิจอื่นต้องเป็นรัฐวิสาหกิจหรือบริษัทที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

การยื่นคำขอรับใบอนุญาต (มาตรา 16) ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนด โดยผู้ขอรับใบอนุญาตต้องระบุ

- 1.สถานี (สถานที่ที่ใช้สำหรับการส่งข่าวสารสาธารณะหรือรายการของผู้ประกอบกิจการฯ)
- 2.ระบบและวิธีการที่จะใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์
- 3.แผนบริการกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

ทั้งนี้ ต้องสอดคล้องกับแผนแม่บทกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์และแผนความถี่วิทยุตามกฎหมายว่าด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ ปี 2543

เงื่อนไข (มาตรา 33-37)

1. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการสาธารณะและผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ เจ็ดสิบ ส่วนผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารไม่น้อยกว่า ร้อยละยี่สิบห้า

2. ต้องแจ้งข่าวหรือเตือนภัยให้ประชาชนทราบ (มาตรา 35)

3. ต้องไม่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองฯ กระทบต่อความมั่นคง ฯลฯ

4. บันทึกรายการที่ออกอากาศไปแล้ว

อายุใบอนุญาต กิจการกระจายเสียง 7 ปี และกิจการโทรทัศน์ 15 ปี

การส่งเสริมและควบคุมจริยธรรมแห่งวิชาชีพ (มาตรา 39)

1. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

2. จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรม โดยคำนึงถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสาธารณะของประชาชนและการคุ้มครองผู้บริโภคจากการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

การส่งเสริมและการพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (มาตรา 51)

1. จัดให้มีการประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการประกอบกิจการ

2. จัดให้มีการประเมินคุณภาพรายการโดยพิจารณาถึงประโยชน์ต่อสังคมและศีลธรรม

3. จัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบกิจการและผู้บริโภค

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัฒนพงศ์ ลือชวงศ์ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะคติ และการปฏิบัติของผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนกับความเข้มแข็งของศูนย์เรียนรู้ชุมชนต้นแบบด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน” เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบศึกษาภาคตัดขวาง โดยทำการศึกษาจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้นำกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนจำนวน 79 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผลการศึกษาในส่วนของ การวัดความรู้พบว่ามีความรู้ภาพรวมเฉลี่ยในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านการบริหารจัดการและด้านสุขลักษณะที่ดีในการผลิตที่ดีอยู่ในระดับสูง ส่วนด้านความถูกต้องของผลิตภัณฑ์และด้านการทำหน้าที่ศูนย์เรียนรู้ชุมชนต้นแบบอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ภาพรวมของผู้นำกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนและความเข้มแข็งของศูนย์เรียนรู้ชุมชนต้นแบบพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

ธงชัย แพทย์พิทยา (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความรู้และการปฏิบัติของผู้ประกอบการตามมาตรฐานทางกฎหมายในการประกอบกิจการสถานที่จำหน่ายอาหาร” พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีระดับความรู้และการปฏิบัติอยู่ในเกณฑ์ดี หน้าที่ความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์กับความรู้แต่ไม่สัมพันธ์กับการปฏิบัติ

และการได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมีความสัมพันธ์กับความรู้และการปฏิบัติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศุภกัญญา นานนิตธาตา (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยสำรวจเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาในส่วนของความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พบว่าประชาชนมีความรู้ค่อนข้างน้อย โดยมากจะทราบถึงหน่วยงานที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาสังกัดอยู่ แต่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยารับผิดชอบ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่อายุมากและมีการศึกษาสูงจะมีความรู้เกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาสูง

สวนดุสิตโพล (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การประเมินผลสื่อและกิจกรรมรณรงค์โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ 2551” มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1212 ตัวอย่าง การศึกษาในประเด็นของความสามารถในการแยกแยะโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวดเกินจริง ร้อยละ 65.68 และในส่วนของ การรับรู้และเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุและโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพฯ และชนบทมีความใกล้เคียงกัน

สวนดุสิตโพล (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตนของวิสาหกิจผลิตภัณฑ์อาหารชุมชนกับความเข้มแข็งของวิสาหกิจผลิตภัณฑ์อาหารชุมชน ปี 2551” มีการสุ่มตัวอย่างครอบคลุมพื้นที่ทุกภูมิภาคของประเทศ จำนวน 1,042 ตัวอย่าง ในประเด็นความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนนั้น มีการวัดด้านการบริหารจัดการกลุ่ม สุขลักษณะที่ดีในการผลิต ความถูกต้องของผลิตภัณฑ์ตามกฎหมายและหลักวิชาการ ผลในภาพรวมพบว่าในทุกๆด้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความรู้ในระดับที่ดี

วาณิชชา ชัยวงศ์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและความต้องการวิทยุชุมชนของประชาชนในจังหวัดสตูล” โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและความต้องการวิทยุชุมชนของประชาชนในจังหวัดสตูล เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน ซึ่งใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงจากผู้นำกลุ่มที่มีบทบาทเด่นในจังหวัดสตูลซึ่งมีทั้งหมด 9 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้นำทางการกีฬา กลุ่มผู้นำทางศาสนา กลุ่มเกษตรกร กลุ่มนักเรียน กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพประมง กลุ่มธุรกิจ-ค้าขาย กลุ่มผู้นำ ชุมชน กลุ่มผู้ปฏิบัติงานองค์กรพัฒนาเอกชน และกลุ่มชาวเล ผลการวิจัยพบว่า ในการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับฟัง วิทยุบ่อยครั้ง และเปิดฟังแบบไม่เจาะจงคลื่นใดคลื่นหนึ่ง สถานีวิทยุกระจายเสียง อ.ส.ม.ท จังหวัดสตูล เป็นสถานีที่กลุ่มตัวอย่างนิยมฟังมากที่สุด ช่วงเวลา 9.00 - 10.00 น. และ 11.00-12.00 น. เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างมักเปิดฟังวิทยุ นักจัดรายการ ที่เป็นที่ยอมรับ คือ ฟองสนาน จามรจันทร์ และวิชา นาครบรพุด ประเภทรายการที่ฟัง คือ ข่าว เพลงและรายการที่เกี่ยวกับการเมือง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมีส่วนร่วม กับทางสถานีโดยการโทรศัพท์เข้าไปขอเพลง แจงข่าว และแสดงความคิดเห็น

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เคยมีความพึงพอใจการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงในระดับปานกลาง และต้องการให้ทางสถานีปรับปรุงโดยลดการโฆษณาสินค้า เพิ่มข่าวสารเกี่ยวกับท้องถิ่น ปรับปรุงคลื่นสัญญาณให้ชัดเจน นักจัดรายการควรใช้ภาษาไทยให้ถูกต้องและไม่ควรพูด เวลาเปิดเพลง ในเรื่องวิทยุชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้ยินคำว่าวิทยุชุมชน แต่เมื่อเข้าใจความหมายของวิทยุชุมชน ต่างมีความเห็นว่าเหมาะสมที่จะจัดตั้งวิทยุชุมชน ขึ้นเพราะวิทยุชุมชนสามารถให้ประโยชน์ทั้งต่อตนเองและชุมชนได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้คนในชุมชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมทุกระดับ คือ ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัด รายการและเข้าไปบริหารจัดการในสถานี การจัดรายการวิทยุชุมชน กลุ่มตัวอย่างต้องการให้นำเสนอเนื้อหารายการที่เกี่ยวกับปัญหาการทำมาหากินและให้มีนักจัดรายการเพียงคนเดียว และเชิญบุคคลที่น่าสนใจมาสัมภาษณ์เป็นครั้งคราว นักจัดรายการควรเป็นอาสาสมัครในชุมชน โดยระยะแรกให้จัดร่วมกับนักจัดรายการวิทยุอาชีพที่ประจำอยู่ในแต่ละสถานี แนวทางในการสนับสนุนการจัดตั้งวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ควรมีการโฆษณาในวิทยุชุมชนได้แต่ให้มีสัดส่วนที่เหมาะสม และควรได้เงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐ การบริจาค จากคนในชุมชน และภาคเอกชน ข้อเสนอแนะของงานวิจัยนี้ คือ ควรมีการให้ความรู้ และความเข้าใจกับคนในชุมชน ในเรื่องวิทยุชุมชนก่อนจัดตั้งวิทยุชุมชน และควรมีหน่วยงานที่เป็นกลาง เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบาย รูปแบบ และแนวทางการดำเนินงานวิทยุชุมชน

ภรณ์มา เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2535) ได้ทำการศึกษาเรื่อง"ความรู้และทัศนคติของผู้ประกอบการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และหลักเกณฑ์ว่าด้วยการ โฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจและทัศนคติ ของผู้ประกอบการโฆษณาที่มีต่อบทบาทหน้าที่ของ กบว. และหลักเกณฑ์ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ ศึกษาถึงปัจจัยของการยอมรับหรือไม่ยอมรับในหลักเกณฑ์ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ และการตรวจพิจารณาการโฆษณาของคณะกรรมการตรวจพิจารณาการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ในฐานะของผู้ประกอบการโฆษณา รวมทั้งศึกษาแนวทางการประสานงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการโฆษณา กับคณะกรรมการตรวจพิจารณาการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงบรรยาย ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการโฆษณาที่มาจากบริษัทที่มีรูปแบบการจัดทำโฆษณาต่าง ๆ กัน เฉพาะ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับ ใช้อธิบายระดับความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของผู้ประกอบการโฆษณา และใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้ความ เข้าใจและทัศนคติของผู้ประกอบการโฆษณา ผลการวิจัยในส่วนของการวัดความรู้พบว่าความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของผู้ประกอบการโฆษณาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ และหลักเกณฑ์ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างดี ค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของผู้ประกอบการโฆษณาในเรื่องดังกล่าว จำแนกตามรูปแบบการจัดทำโฆษณาของบริษัทและคุณลักษณะของผู้ประกอบการโฆษณาไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

1.รูปแบบการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา ในเขตตรวจราชการที่ 1 ปีงบประมาณ 2552

2.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ได้แก่ ผู้บริหารสถานีวิทยุ ผู้จัดรายการ ผู้ดำเนินรายการ ผู้ประกาศ ในเขตตรวจราชการที่ 1 ประกอบด้วย จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ จังหวัดสระบุรี สถานีวิทยุละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 171 คน (แจกแบบสอบถาม 171 ฉบับ ได้รับคืนมาจำนวน 93 ฉบับ คิดเป็นอัตราการได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาร้อยละ 54.4)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ในเขตตรวจราชการที่ 1 เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่าง

2.Focus Group กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ในประเด็นการโฆษณาอาหารและโฆษณาทางวิทยุชุมชน จำนวน 4 คน โดยเป็นผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 2 คน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 1 คน และจังหวัดนนทบุรี จำนวน 1 คน

3.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยอาศัยแนวความคิดจาก ทฤษฎี เอกสารและผลงานวิจัยต่างๆ รวมทั้งหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

แบบสอบถามดังกล่าว มีลักษณะเป็นคำถามทั้งชนิดปลายเปิดและปลายปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ (รายละเอียดตามภาคผนวก)

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานีวิทยุและการโฆษณาหรืออาหาร

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ด้านโฆษณา ยา โฆษณาอาหาร และความรู้โดยภาพรวม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความต้องการเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการโฆษณาหรือโฆษณาอาหาร

การประเมินคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปประเมินคุณภาพโดยการตรวจความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แบบสอบถามด้วยตนเองในเบื้องต้น โดยใช้วัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัยเป็นหลัก จากนั้นได้นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (รายละเอียดในภาคผนวก) ทำการตรวจสอบ แก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้มีเนื้อหาตรงกับเรื่องที่ต้องการศึกษาวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการทำ Focus Group คือ

แนวคำถามในการทำ Focus Group

1. คำตอบแทนจากผู้ว่าจ้างที่ให้โฆษณาทางวิทยุชุมชน
2. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับคำตอบแทน
3. ช่วงเวลาที่เปิดหรือทำการโฆษณาอาหารหรือโฆษณา ยา ในสถานีวิทยุชุมชน
4. เนื้อหาและประเภทของสื่อที่ใช้ในการโฆษณาทางสถานีวิทยุชุมชน

4. วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการ ดังนี้

- 4.1 ประสานงานกับประชาสัมพันธ์จังหวัดหรือประธานกลุ่มวิทยุชุมชนจังหวัดเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการทำวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4.2 ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนเมษายน – มิถุนายน 2552 รวมระยะเวลา 3 เดือน แบบสอบถามที่ส่งให้ประชาสัมพันธ์จังหวัดหรือประธานกลุ่มวิทยุชุมชนจังหวัดจำนวนทั้งหมด 171 ฉบับ ได้รับคืนมาจำนวน 93 ฉบับ คิดเป็นอัตราการได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาร้อยละ 54.4 ของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.3 ทำ Focus Group กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ตามแนวคำถามที่ได้กำหนดไว้

5. วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามมาบันทึกข้อมูล เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Microsoft Excel เพื่อหาค่าสถิติ ดังนี้

- 5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานีวิทยุและการโฆษณาหรืออาหาร วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติความถี่และร้อยละ
- 5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ด้านโฆษณาหรือโฆษณาอาหาร และความรู้โดยภาพรวมนั้น วิเคราะห์ด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 5.3 หลักเกณฑ์ในการประเมินความรู้ ที่จัดว่าผ่าน
 - 5.3.1 ได้คะแนนในส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามในประเด็นความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ทั้ง 3 ส่วนย่อย) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 (ใช้ระบบการให้เกรดเป็นสัญลักษณ์ จะแบ่ง

ออกเป็น แบบ 2 เกรด (ผ่าน คือได้คะแนนตั้งแต่ 50 คะแนน ขึ้นไป ถ้าไม่ผ่านคือ ได้คะแนนน้อยกว่า 50 คะแนน) แบบ 3 เกรด (ดี ผ่าน ตก) แบบ 5 เกรด (A B C D F) แบบ 8 เกรด (A B+ B C+ C D+ D F) จึงเลือกระบบ 2 เกรด คือ ผ่าน ไม่ผ่าน เนื่องจากให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณาหรือโฆษณาอาหาร และ

5.3.2 ตอบคำถามข้อหลักที่กำหนดไว้ในแต่ละส่วนได้ถูกต้อง เนื่องจากข้อคำถามเหล่านี้เป็นประเด็นสำคัญทางกฎหมายอาหารและยาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ต้องทราบ รายละเอียดของคำถาม มีดังนี้

ส่วนที่ 2.1 ความรู้ด้านการโฆษณา

ข้อที่ 1. การโฆษณาทุกชนิดทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต จะต้องทำอย่างไร

ส่วนที่ 2.2 ความรู้ด้านการโฆษณาอาหาร

หมวด ก

ข้อที่ 1. หากต้องการโฆษณาอาหารทางวิทยุชุมชน โดยมีข้อความ "ปลาหูน้ำตัมยำ ปรุงรส ตราอำพันผลิตโดย บริษัท ทีพีอินเตอร์ จำกัด จ.สมุทรสาคร ขณะนี้มีจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าทั่วไปแล้ว" เพื่อให้ถูกต้องตาม พรบ. อาหาร จะต้องดำเนินการอย่างไร

ข้อที่ 5. ผู้ได้รับอนุญาตโฆษณาอาหารแล้ว สามารถดำเนินการในข้อใดได้

หมวด ข

ข้อที่ 2. การโฆษณาสรรพคุณ คุณประโยชน์ ผลัดภักดิ์เสริมอาหาร ในสื่อเอกสารแผ่นพับในสื่อวิทยุและใบปลิว ที่ผู้แทนจำหน่ายจัดทำขึ้น ไม่ต้องขออนุญาตโฆษณา

ส่วนที่ 2.3 ความรู้ด้านการโฆษณาอาหารและยาโดยภาพรวม

ข้อที่ 16 ความผิดในการโฆษณาอาหารหรือโฆษณา ยา โดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นความผิดของผู้ออกอากาศทางสถานีวิทยุชุมชน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการสำรวจความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนโดยใช้แบบสอบถาม ความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารหรือโฆษณา ยา ใน เขตตรวจราชการที่ 1 ปีงบประมาณ 2552 ได้ผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานีวิทยุและ การโฆษณาอาหารหรืออาหาร รายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไป

ข้อมูล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1.เพศ		
- ชาย	67	72
- หญิง	26	28
รวม	93	100
2.อายุ		
- ไม่เกิน 20 ปี	2	2.2
- 21- 30 ปี	15	16.3
- 31- 40 ปี	21	22.8
- 41- 50 ปี	38	41.3
- 51- 60 ปี	12	13.0
- มากกว่า 60 ปี	4	4.3
รวม	92	100
3.การศึกษา		
- ประถมศึกษา	2	2.2
- มัธยมศึกษาตอนต้น	6	6.5
- มัธยมศึกษาตอนปลาย	16	17.2
- ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	9	9.7
- ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	17	18.3
-ปริญญาตรี	38	40.9
-ปริญญาโท	5	5.4
รวม	93	100

ข้อมูล (ต่อ)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
4.ตำแหน่ง		
- ผู้บริหารสถานี่	36	38.7
- ผู้จัดรายการ	21	22.6
- ผู้ดำเนินรายการ	11	11.8
- ผู้บริหารสถานี่และผู้จัดรายการ	21	22.6
- อื่นๆ	3	3.2
รวม	93	100
5.รายได้		
- ไม่มีรายได้	1	1.3
- น้อยกว่า 5,000 บาท	7	9.3
- 5,000 – 10,000 บาท	20	26.7
- 10,001 – 15,000 บาท	16	21.3
- 15,001 – 20,000 บาท	14	18.7
- 20,001 – 25,000 บาท	8	10.7
- 25,001 – 30,000 บาท	1	1.3
- มากกว่า 30,000 บาท	8	10.3
รวม	75	100

จากตารางที่ 1 พบว่า

- 1.ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าหญิง
- 2.ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุในช่วง 41-50 ปี เป็นส่วนใหญ่ รองลงมา เป็นอายุ 31- 40 ปี , 21- 30 ปี ตามลำดับ
- 3.ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาจบการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
- 4.ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารสถานี่ รองลงมา ผู้จัดรายการ เป็นทั้งผู้บริหารสถานี่และผู้จัดรายการ ตามลำดับ
- 5.ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 5,000 – 25,000 บาท

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลทั่วไป

ข้อมูล	จำนวน (คน)
1.จำนวนผู้ร่วมงานทั้งหมดในสถานี	
- จำนวนต่ำสุด	1
- จำนวนสูงสุด	30
- จำนวนเฉลี่ย	8
2.จำนวนผู้จัดการทั้งหมดในสถานี	
- จำนวนต่ำสุด	1
- จำนวนสูงสุด	25
- จำนวนเฉลี่ย	6
ข้อมูล	จำนวน (ปี)
3.ระยะเวลาการทำงาน/ประสบการณ์ในสถานีวิทยุที่คลื่นความถี่ปัจจุบัน	
- จำนวนต่ำสุด	0
- จำนวนสูงสุด	6
- จำนวนเฉลี่ย	3
4.ระยะเวลาการทำงาน/ประสบการณ์ในสถานีวิทยุที่คลื่นความถี่อื่นก่อนมาทำที่คลื่นความถี่ปัจจุบัน	
- จำนวนต่ำสุด	0
- จำนวนสูงสุด	33
- จำนวนเฉลี่ย	2.6

จากตารางที่ 2 พบว่า

- 1.จำนวนผู้ร่วมงานในสถานีวิทยุชุมชน มีตั้งแต่ 1 – 30 คน โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8 คน
- 2.จำนวนผู้จัดการทั้งหมดในสถานีวิทยุชุมชน มีตั้งแต่ 1 – 25 คน โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 6 คน
- 3.ระยะเวลาในการทำงาน/ประสบการณ์ในการทำงานในสถานีวิทยุชุมชนที่คลื่นความถี่ปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีตั้งแต่ 0 – 6 ปี โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ปี
- 4.ระยะเวลาในการทำงาน/ประสบการณ์ในสถานีวิทยุที่คลื่นความถี่อื่นก่อนมาทำที่คลื่นความถี่ปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีตั้งแต่ 0 – 33 ปี โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 2.6 ปี

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลทั่วไป

ข้อมูล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. สถานีวิทยุมีฝ่ายรับโฆษณาหรือฝ่ายหารายได้		
- มี	35	37.1
- ไม่มี	57	62.9
รวม	92	100
2. ขั้นตอนการรับโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา		
- มีตัวแทนมาติดต่อให้โฆษณา	24	21.6
- มีบริษัทผู้ผลิตยา/ผลิตอาหารมาติดต่อให้โฆษณา	33	29.7
- มีนายหน้ามาติดต่อให้โฆษณา	9	8.1
- มีบริษัทผู้รับจ้างผลิตโฆษณาติดต่อให้โฆษณา	20	18.0
- สถานีวิทยุชุมชนออกหาโฆษณา	22	19.8
- อื่นๆ	3	2.7
รวม	111	100
3. การทราบถึงการโฆษณายาหรืออาหารที่ผู้ว่าจ้างต้องจ่ายค่าตอบแทนให้กับทางสถานีวิทยุ		
- ทราบ	46	52.3
- ไม่ทราบ	42	47.7
รวม	88	100
ข้อมูล	จำนวนเงิน(บาท)	
4. ค่าตอบแทนจากการโฆษณายาหรืออาหาร		
- ค่าตอบแทนต่ำสุด	0	
- ค่าตอบแทนสูงสุด	9,000	
- ค่าตอบแทนเฉลี่ย	3,578	

จากตารางที่ 3 พบว่า

- 1.สถานีวิทยุชุมชนไม่มีฝ่ายรับโฆษณาหรือฝ่ายหารายได้ ร้อย 62.9
- 2.สถานีวิทยุชุมชน ส่วนใหญ่มีบริษัทผู้ผลิตยา/ผลิตอาหารมาติดต่อให้โฆษณา รองลงมาจะมีตัวแทนมาติดต่อให้โฆษณา และสถานีวิทยุชุมชนออกหาโฆษณา
- 3.ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ทราบว่า การโฆษณายาหรืออาหารที่ผู้ว่าจ้างมาจ้างให้โฆษณาจ่ายค่าตอบแทนให้กับทางสถานีวิทยุชุมชน
- 4.ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ทราบว่า ค่าตอบแทนที่ทางสถานีวิทยุชุมชน ได้รับ มีตั้งแต่ 0 – 9,000 บาท โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3,578 บาท

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลทั่วไป

ข้อมูล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. การโฆษณาหรืออาหารของสถานวิทยุในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา		
- เคยมีการโฆษณา	37	40.7
- ไม่เคยมีการโฆษณา	54	59.3
รวม	91	100
2. การโฆษณาหรืออาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม		
- เคยโฆษณา	44	47.3
- ไม่เคยโฆษณา	49	52.7
รวม	93	100
3. วิธีการที่ใช้ในการโฆษณาหรืออาหาร (ในกรณีที่เคยโฆษณา)		
- อ่านตามแผ่นพับของผู้ว่าจ้าง	9	20.5
- เปิดเทปที่ได้จากผู้ว่าจ้าง	8	18.2
- เปิดแผ่น CD	11	25
- ใช้มากกว่า 1 วิธี	13	29.5
- อื่นๆ	3	6.8
รวม	44	100
4. แหล่งข้อมูล/รายละเอียดของยาที่มีการโฆษณา		
- บริษัทผู้ผลิตยา	22	52.4
- บริษัทผู้รับจ้างผลิตโฆษณา	6	14.3
- ตัวแทน	7	16.7
- นายหน้า	1	2.4
- มากกว่า 1 แหล่ง	3	7.1
- อื่นๆ	3	7.1
รวม	42	100

ข้อมูล(ต่อ)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
5. แหล่งข้อมูล/รายละเอียดของอาหารที่มีการโฆษณา		
- บริษัทผู้ผลิตอาหาร	19	47.5
- บริษัทผู้รับจ้างผลิตโฆษณา	8	20
- ตัวแทน	7	17.5
- นายหน้า	2	5
- มากกว่า 1 แหล่ง	4	4.3
รวม	40	100
6. การตรวจสอบข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาหรืออาหารที่ให้โฆษณาทางสถานีวิทยุชุมชน		
- เคยตรวจสอบ	30	66.7
- ไม่เคยตรวจสอบ	14	33.3
รวม	44	100
7. การติดต่อสจ.หรือ อย. ในเรื่องการโฆษณาอาหารหรืออาหาร		
- เคยติดต่อ	22	18.3
- ไม่เคยติดต่อ	69	81.7
รวม	91	100

จากตารางที่ 4 พบว่า

1. ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยมีการโฆษณาหรืออาหารทางสถานีวิทยุชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยมีการโฆษณาหรืออาหารทางสถานีวิทยุชุมชน ส่วนผู้ที่เคยมีการโฆษณาหรืออาหารทางสถานีวิทยุชุมชน โดยมีการโฆษณาหรืออาหารซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ การโฆษณา เรียงลำดับตามความถี่จากมากไปน้อย ได้แก่ 109 อินเทอร์เน็ตสโกลด์ ฟลอร่า ยาหม่องจอมทอง ยาธาตุจอมทอง ยาขมิ้นเส้น และยาสมุนไพรต่างๆ ส่วนการโฆษณาอาหาร เรียงลำดับตามความถี่จากมากไปน้อย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ อินทรา และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อลดน้ำหนัก
2. ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่เคยโฆษณา หรือโฆษณาอาหาร สำหรับผู้ที่เคยโฆษณาหรือโฆษณาอาหาร จะใช้วิธีการในการโฆษณาหรืออาหาร ส่วนใหญ่มากกว่า 1 วิธี เช่น เปิดแผ่น CD อ่านตามแผ่นพับของผู้ว่าจ้าง หรือ เปิดเทปที่ได้จากผู้ว่าจ้าง ซึ่ง

แหล่งข้อมูล/รายละเอียดของการโฆษณาและโฆษณาอาหาร ส่วนใหญ่มาจาก บริษัทผู้ผลิต ยา บริษัทผู้รับจ้างผลิตโฆษณา และตัวแทน ตามลำดับ

3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยตรวจสอบข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาหรืออาหารที่ให้โฆษณาทางสถานีวิทยุชุมชน โดยให้รายละเอียดว่าจะต้องได้รับใบอนุญาตโฆษณาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาก่อน แต่อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งเป็นจำนวนมากตรวจสอบโฆษณาจากใบกำกับสรรพคุณผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบจากเครื่องหมาย ออย. และการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

กรณีนอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยตรวจสอบข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาหรืออาหารที่ให้โฆษณาทางสถานีวิทยุชุมชน ให้รายละเอียดว่า ไม่ตรวจสอบเนื่องจากเห็นว่าได้รับเครื่องหมาย ออย.แล้ว หรือ เป็นหน้าที่บริษัทผู้ว่าจ้างโฆษณาต้องขออนุญาตและยืนยันกับทางสถานี หรือไม่ทราบว่าต้องติดต่อที่ใดเพื่อตรวจสอบการอนุญาตโฆษณา หรือทางบริษัทจัดให้มาเรียบร้อยแล้วผ่านทางเจ้าของสถานี

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยติดต่อสสจ.หรือ ออย. ในเรื่องการโฆษณาหรืออาหาร สำหรับผู้ที่เคยติดต่อ จะติดต่อเพื่อสอบถามสรรพคุณสินค้า ข้อมูลการโฆษณาขอให้ทางหน่วยงานดังกล่าวตรวจสอบผลิตภัณฑ์ว่ามีการโฆษณาเกินจริงหรือไม่ รับสื่อบุหรือแผ่นพับจากหน่วยราชการมาประชาสัมพันธ์ ขอข้อมูลมาพูดในรายการ สอบถามเกี่ยวกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายอาหารและยา

ส่วนที่ 2 ความรู้ด้านโฆษณา ยา โฆษณาอาหาร และความรู้ด้านโฆษณาอาหารหรือโฆษณาโดยรวม รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงผลคะแนนจากการวัดความรู้ด้านการโฆษณาและอาหาร

ความรู้	คะแนนต่ำสุด	คะแนนสูงสุด	คะแนนเฉลี่ย
1.ด้านการโฆษณา (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)	0	10	6.3 ± 2.2
2.ด้านการโฆษณาอาหาร (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)	0	7.7	5.3 ± 1.6
3.ความรู้ด้านโฆษณาอาหารหรือ โฆษณาโดยรวม (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)	5.5	18.9	13.21 ± 2.3
4.คะแนนรวมทั้งหมด (คะแนน เต็ม40 คะแนน)	5.5	34.4	24.8 ± 4.4

จากตารางที่ 5 พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีคะแนนความรู้ด้านการโฆษณาเฉลี่ย 6.3 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน โดยมีผู้ได้คะแนนมากกว่าค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 74.2
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีคะแนนความรู้ด้านการโฆษณาอาหารเฉลี่ย 5.3 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน โดยมีผู้ได้คะแนนมากกว่าค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 62.4
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีคะแนนความรู้ด้านการโฆษณาอาหารหรือโฆษณาโดยรวมนี้อะไร
- เฉลี่ย 13.2 คะแนน จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน โดยมีผู้ได้คะแนนมากกว่าค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 62.4 คะแนน

เมื่อรวมคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนของความรู้ทั้งหมด(ด้านโฆษณา ด้านโฆษณาอาหาร และด้านโฆษณาอาหารหรือโฆษณาโดยรวม) พบว่าคะแนนรวมทั้งหมด มีค่าเฉลี่ย 24.8 คะแนน จากคะแนนเต็ม 40 คะแนน โดยมีผู้ได้คะแนนมากกว่าค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 59.1

หลักเกณฑ์ในการประเมินความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณาหรือโฆษณาอาหาร ที่จัดว่าผ่าน

1. ได้คะแนนในส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามในประเด็นความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม(ทั้ง 3 ส่วนย่อย) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 (ใช้ระบบการให้เกรดเป็นสัญลักษณ์ จะแบ่ง ออกเป็น แบบ 2 เกรด (ผ่าน คือได้คะแนนตั้งแต่ 50 คะแนน ขึ้นไป ถ้าไม่ผ่านคือ ได้คะแนนน้อยกว่า 50 คะแนน) แบบ 3 เกรด (ดี ผ่าน ตก) แบบ 5 เกรด (A B C D F) แบบ 8 เกรด (A B+ B C+ C D+ D F) จึงเลือกระบบ 2 เกรด คือ ผ่าน ไม่ผ่าน เนื่องจากให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณาหรือโฆษณาอาหาร และ

2. ตอบคำถามข้อหลักที่กำหนดไว้ในแต่ละส่วนของแบบสอบถามได้ถูกต้อง เนื่องจากข้อคำถามเหล่านี้เป็นประเด็นสำคัญทางกฎหมายอาหารและยาที่ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ต้องทราบ รายละเอียดของคำถาม มีดังนี้

ส่วนที่ 2.1 ความรู้ด้านการโฆษณา

ข้อที่ 1. การโฆษณาทุกชนิดทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ตจะต้องทำอย่างไร

ส่วนที่ 2.2 ความรู้ด้านการโฆษณาอาหาร

หมวด ก

ข้อที่ 1. หากต้องการโฆษณาอาหารทางวิทยุชุมชน โดยมีข้อความ “ปลาทูน่าต้มยำกระป๋อง ตราอำพันผลิตโดย บริษัท ทีพีอินเตอร์ จำกัด จ.สมุทรสาคร ขณะนี้มีจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าทั่วไปแล้ว” เพื่อให้ถูกต้องตาม พรบ. อาหาร จะต้องดำเนินการอย่างไร

ข้อที่ 5. ผู้ได้รับอนุญาตโฆษณาอาหารแล้ว สามารถดำเนินการในข้อใดได้

หมวด ข

ข้อที่ 2. การโฆษณาสรรพคุณ คุณประโยชน์ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในสื่อเอกสารแผ่นพับในสื่อวิทยุและใบปลิว ที่ผู้แทนจำหน่ายจัดทำขึ้น ไม่ต้องขออนุญาตโฆษณา

ส่วนที่ 2.3 ความรู้ด้านการโฆษณาอาหารและยาโดยภาพรวม

ข้อที่ 16 ความผิดในการโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา โดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นความผิดของผู้ออกอากาศทางสถานีวิทยุชุมชน

ผลการใช้เกณฑ์ประเมินดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปผลการประเมินได้ตามตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงผลการประเมินความรู้ในแต่ละด้านตามหลักเกณฑ์ ที่ต้องได้คะแนนแต่ละส่วน ไม่ต่ำกว่า 50 คะแนน และตอบถูกต้องในข้อสำคัญ

ความรู้	ร้อยละ	
	ผ่าน	ไม่ผ่าน
1. ความรู้ด้านการโฆษณายา	60.2	39.8
2. ความรู้ด้านการโฆษณาอาหาร	35.5	64.5
3. ความรู้ด้านโฆษณาอาหารและยาโดยภาพรวม	41.9	38.1
4. ความรู้ ทั้ง 1, 2 และ 3 รวมกัน	11.8	88.2

จากตารางที่ 6 เห็นได้ว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนความรู้ด้านการโฆษณายา มีผู้ผ่านการประเมิน ร้อยละ 60.2
2. ผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนความรู้ด้านการโฆษณาอาหาร มีผู้ผ่านการประเมิน ร้อยละ 35.5
3. ผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนความรู้ด้านการโฆษณาอาหารและยาโดยภาพรวม มีผู้ผ่านการประเมิน ร้อยละ 41.9
4. เมื่อนำข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนความรู้ทุกส่วนเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารและยา พบว่า มีผู้ผ่านการประเมิน ร้อยละ 11.8

ส่วนที่ 3 ผลการสำรวจความต้องการเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการโฆษณายาหรือโฆษณาอาหาร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบการอบรมเป็นแบบสัมมนาระบุหัวข้อ และ มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อย่างไม่เป็นทางการและวิชาการมากเกินไป โดยความรู้ที่ต้องการ เกี่ยวกับกฎหมาย การโฆษณายาและอาหาร การตรวจสอบการโฆษณา การปฏิบัติเกี่ยวกับการโฆษณายาและอาหาร และความรู้ทั่วไปที่ควรทราบ โดยร้อยละ 88 ต้องการเข้าอบรม และจำนวนบุคคลากรที่ต้องการเข้าอบรม 1-2 คน ต่อสถานี คือเจ้าของหรือผู้อำนวยการสถานีวิทยุ และนักจัดรายการหรือผู้ดำเนินรายการ

ผลการทำ Focus Group

1.ทำ Focus Group กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน 1 กลุ่ม จำนวน 4 คน เมื่อวันที่ 30 มิ.ย. 2552 ณ โรงแรมกรุงศรีวิเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในการประชุมโครงการ สัมมนาสื่อวิทยุชุมชนเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด เรื่อง “สถานการณ์ปัญหา ยาเสพติด และ ยุทธศาสตร์การป้องกันยาเสพติด ” โดยไม่สามารถเปิดเผยรายชื่อผู้ทำ Focus Group ได้ เนื่องจากคำตอบ จะมีผลต่อการดำเนินงานในสถานีวิทยุชุมชน

2.ตามแนวคำถามในการทำ Focus Group สามารถสรุปผลการทำได้ดังนี้

2.1 คำตอบแทนจากผู้ว่าจ้างที่ให้โฆษณาทางวิทยุชุมชน

ผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชนมีการโฆษณาอาหาร โดยได้รับคำตอบแทนจาก บริษัทผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ละ 3,000 บาท ต่อเดือน ซึ่งใน 1 เดือน จะได้รับเงินค่าจ้าง โฆษณาอาหาร เดือนละประมาณ 9,000 บาท โดยทางสถานีมีความจำเป็นต้องใช้เงินดังกล่าวเนื่องจากการเปิดดำเนินรายการทางสถานีวิทยุชุมชน สถานีมีภาระต้องจ่าย ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่จำเป็น เพื่อให้สถานีวิทยุชุมชน สามารถอยู่รอดได้

หนึ่งในการดำเนินรายการของสถานีวิทยุชุมชน ทางสถานีวิทยุชุมชนได้ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ เช่นกระทรวงสาธารณสุข ในการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนโดยไม่ได้รับคำตอบแทนใดๆ

2.2 ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับคำตอบแทน คือผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ 109 อินเทอร์เน็ตสโกลด์ และผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพอินทรา

2.3 ช่วงเวลาที่เปิดหรือทำการโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา ในสถานีวิทยุชุมชน

พบว่า ช่วงเวลาที่จะเปิดโฆษณาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นช่วงเวลาทั้งวันที่ผู้ดำเนินรายการมีโอกาสจะเปิดได้

2.4 เนื้อหาและประเภทของสื่อที่ใช้ในการโฆษณาทางสถานีวิทยุชุมชน

พบว่าผู้ดำเนินรายการจะเปิดแผ่น CD ที่ได้รับจากบริษัท ผู้ผลิตผ่านตัวแทนขายตรง ทั้งนี้ผู้ดำเนินรายการทางวิทยุชุมชนบางคนจะเปิดตามแผ่น CD ที่ได้รับจากบริษัทผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว แต่มีบางสถานีมีการพูดเพิ่มเติมนอกเหนือจากแผ่น CD ที่ได้รับมา

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลและอภิปรายผล

ในการวิจัยเรื่องการศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารหรือโฆษณา ยา ในเขตตรวจราชการที่ 1 ปีงบประมาณ 2552 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าหญิง และส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000 – 25,000 บาท และจำนวนของผู้ร่วมงานในสถานีวิทยุชุมชนมีตั้งแต่ 1 ถึง 30 คน โดยเฉลี่ยผู้ร่วมงานต่อสถานีวิทยุประมาณ 8 คน และเมื่อแจกแจงตามความถี่ สถานีวิทยุที่มีผู้ปฏิบัติงาน 3 คน มีความถี่สูงสุด ลำดับต่อมาคือมีผู้ปฏิบัติงาน 5 คน และ 10 คน ตามลำดับ และในส่วนของจำนวนผู้จัดรายการในแต่ละสถานีมีจำนวนตั้งแต่ 15 ถึง 25 คน เฉลี่ย สถานีละ 6 คน โดยเมื่อแจกแจงตามความถี่ สถานีวิทยุที่มีผู้จัดรายการ 2 คน มีความถี่สูงสุด ลำดับต่อมาคือมีผู้จัดรายการ 5 คน และ 3 คน ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ทำงานในคลื่นวิทยุชุมชนปัจจุบัน ตั้งแต่ 0 ถึง 6 ปี และเคยมีประสบการณ์ทำงานในคลื่นวิทยุอื่น ๆ มาแล้วก่อนมาทำที่คลื่นปัจจุบันตั้งแต่ 0 ถึง 33 ปี โดยสถานีวิทยุชุมชนที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติงานนั้นร้อยละ 63 ไม่มีฝ่ายจัดหารายได้หรือฝ่ายที่รับโฆษณาโดยเฉพาะ และขั้นตอนการรับโฆษณานั้นมีบริษัทผู้ผลิตยาหรือผลิตอาหารมาติดต่อให้โฆษณา มากที่สุด ลำดับถัดมาได้แก่ มีตัวแทนติดต่อให้โฆษณา สถานีวิทยุชุมชนออกหาเอง มีบริษัทผู้รับจ้างผลิตโฆษณามาติดต่อ และมีนายหน้ามาติดต่อให้โฆษณา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 52 ทราบว่าในการโฆษณาหรืออาหารทางวิทยุชุมชนนั้นบริษัทผู้ว่าจ้างได้จ่ายค่าตอบแทนให้กับทางสถานี แต่ส่วนใหญ่ไม่ทราบค่าตอบแทน แต่ในรายที่ทราบข้อมูลค่าตอบแทนนั้นให้ข้อมูลว่าเป็นไปตามความตกลงระหว่างผู้ว่าจ้างกับเจ้าของสถานี ตั้งแต่ 0 ถึง 9,000 บาท เฉลี่ยค่าตอบแทนการโฆษณาหรือโฆษณาอาหารต่อเดือนประมาณ 3,578 บาท

จากการสอบถามข้อมูลการโฆษณาหรืออาหารทางวิทยุชุมชนย้อนหลัง 3 เดือน ของสถานีวิทยุชุมชนที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติงานนั้น พบว่าร้อยละ 54 ไม่มีการโฆษณา และร้อยละ 37 มีการโฆษณาหรืออาหารโดยมีรายละเอียดดังนี้ การโฆษณา ยา เรียงลำดับตามความถี่จากมากไปน้อย ได้แก่ 109 อินเทอร์เน็ตสโกลด์ ฟลอร่า ยาหม่องจอมทอง ยาธาตุจอมทอง ยา کشยเส้น และยาสมุนไพรต่างๆ ส่วนการโฆษณาอาหาร เรียงลำดับตามความถี่จากมากไปน้อย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพอินทรา และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อลดน้ำหนัก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเป็นผู้โฆษณาหรืออาหารให้กับทางสถานี คิดเป็นร้อยละ 47 ซึ่งใช้วิธีการโฆษณาโดย การเปิดแผ่น CD อ่านตามแผ่นพับ เปิดเทป ที่ได้จากผู้ว่าจ้าง และส่วนใหญ่จะเป็นการใช้ร่วมกันมากกว่า 1 วิธี

เมื่อสอบถามถึงประเด็นแหล่งที่มาของข้อมูลหรือรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ยาหรืออาหารต่างๆ ที่มีการนำมาให้โฆษณา นั้น พบว่าบริษัทผู้ผลิตเป็นผู้ดำเนินการ ลำดับต่อมา ได้แก่ บริษัทผู้รับจ้างผลิตโฆษณา ตัวแทน นายหน้า และอื่นๆ ตามลำดับ นอกจากนี้ในประเด็นการตรวจสอบโฆษณาดังกล่าว ว่าได้รับอนุญาตโฆษณาหรือไม่ก่อนที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะดำเนินการโฆษณา พบว่าร้อยละ 67 ได้ทำการตรวจสอบ โดยให้รายละเอียดว่าจะต้องได้รับใบอนุญาตโฆษณาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก่อน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเข้าใจที่ถูกต้อง แต่อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งเป็นจำนวนมากยังไม่เข้าใจหรือเข้าใจไม่ถูกต้องว่าจะต้องมีใบอนุญาตโฆษณา ยาหรืออาหารด้วย จึงตรวจสอบโฆษณาจากใบกำกับสรรพคุณผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบจากเครื่องหมาย อย. และการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากนี้ ในส่วนที่ไม่ได้ตรวจสอบการอนุญาตโฆษณาก็ร้อยละ 33 ให้รายละเอียดว่า ไม่ตรวจสอบเนื่องจากเห็นว่าได้รับเครื่องหมาย อย.แล้ว เป็นหน้าที่บริษัทต้องขออนุญาตและยืนยันกับทางสถานี ไม่ทราบว่าจะต้องติดต่อที่ใดเพื่อตรวจสอบการอนุญาตโฆษณา และทางบริษัทจัดให้มาเรียบร้อยแล้วผ่านทางเจ้าของสถานี

เมื่อสอบถามประเด็นเกี่ยวกับการติดต่อสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในเรื่องการโฆษณา ยาหรืออาหารทางวิทยุชุมชน พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 82 ไม่เคยติดต่อกับหน่วยงานดังกล่าว และ อีกร้อยละ 18 เคยติดต่อ เพื่อสอบถามสรรพคุณสินค้า ข้อมูลการโฆษณา ให้ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ว่ามีการโฆษณาเกินจริงหรือไม่ รับผิดชอบต่อแผ่นพับจากหน่วยราชการมาประชาสัมพันธ์ ขอข้อมูลมาพูดในรายการ สอบถามเกี่ยวกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายอาหารและยา

ดังนั้นจากวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือเพื่อศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน (ผู้บริหารสถานี ผู้จัดการรายการ ผู้ดำเนินรายการ และผู้ประกาศ) เกี่ยวกับการโฆษณา ยาหรืออาหาร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน คะแนนความรู้เฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในทุกด้านได้มากกว่าร้อยละ 50 ตามตารางที่ 5 แต่เมื่อประเมินความรู้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด คือ ได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 และตอบคำถามหลักได้ถูกต้อง นั้น พบว่า มีเพียงความรู้ด้านการโฆษณาเท่านั้นที่มีจำนวนผู้ผ่านการประเมินเกินกว่าร้อยละ 50 ส่วนด้านอื่นๆที่เหลือไม่ผ่านการประเมิน และเมื่อนำผลคะแนนความรู้ทุกด้านรวมกัน พบว่า จะมีผู้ผ่านการประเมิน ร้อยละ 11.8

ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ด้านการโฆษณาอาหาร หรือโฆษณา ยาที่ถูกต้อง โดยเฉพาะในประเด็นทางด้านกฎหมายเกี่ยวกับการกระทำความผิด เนื่องจากผู้ออกอากาศมีเข้าใจว่าความผิดในการโฆษณาอาหารหรือโฆษณา ยาโดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นความผิดของผู้ว่าจ้างและเจ้าของสถานี โดยตนเองไม่มีความผิด และไม่รับหลงโทษที่จะได้รับถ้าโฆษณาอาหารหรือยาที่ไม่ได้รับอนุญาต และที่สำคัญไม่ทราบว่าหน่วยงานใดที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายในการดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาอาหารและยา และสอดคล้องกับข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการตรวจสอบว่าโฆษณานั้นๆได้รับอนุญาตโฆษณาอาหารหรือโฆษณาอาหารก่อนที่จะโฆษณาออกอากาศทางวิทยุชุมชน ด้วยเหตุผลที่ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีเครื่องหมาย อย.แล้ว หรือเป็นหน้าที่ของบริษัทผู้ผลิต

ผลิตภัณฑ์นั้นกับหัวหน้าหรือผู้บริหารสถานีวิจัยที่จะต้องตรวจสอบและรับผิดชอบ บางส่วนที่ได้ตรวจสอบ ก็มิใช่เป็นการตรวจสอบการอนุญาตโฆษณาแต่ตรวจสอบจากเครื่องหมาย ออย. หรือ สรรพคุณที่แสดงตามฉลาก

ดังนั้นจากผลการวิจัยนี้ได้ให้ข้อมูลว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนยังขาดความรู้ด้านการโฆษณาอาหาร หรือโฆษณายาที่ถูกต้อง ดังนั้นเมื่อความรู้เป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหาในการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ฝ่าฝืนกฎหมาย การให้ องค์ความรู้ที่ถูกต้องจึงเป็นวิธีการแก้ปัญหาที่สำคัญในขั้นแรกที่จะต้องดำเนินการให้ควบคู่กับการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ประชาสัมพันธ์จังหวัด และผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน ในการกำหนดแนวทางปฏิบัติในการตรวจสอบโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา ตลอดจนจนถึงการสร้างเครือข่ายวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบหรือที่เกี่ยวข้องดำเนินการ

1.1 เสนอสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ให้กองควบคุมยาและกองควบคุมอาหาร ดูแลผู้ผลิตยาหรือผู้ผลิตอาหารให้ทราบและเข้าใจถึงการนำสื่อโฆษณาไปเผยแพร่ทางวิทยุชุมชน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าแหล่งที่มาของสื่อในการเผยแพร่ทางวิทยุชุมชนนั้นได้จากบริษัทผู้ผลิตยาและผู้ผลิตอาหาร เป็นผู้จัดทำให้กับทางสถานี นอกจากนี้ให้ดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลการอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนสามารถเข้าถึง และตรวจสอบการอนุญาตโฆษณาได้

1.2 เสนอสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนทราบถึงการโฆษณาหรืออาหารว่าจะต้องได้รับอนุญาตโฆษณาก่อน จึงจะสามารถนำไปเผยแพร่ต่อประชาชน หรือ ผลักดันให้เป็นตัวชี้วัด ระดับกรมฯ เพื่อให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในส่วนภูมิภาค มีกิจกรรมให้ความรู้ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่ ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน ให้ทราบเกี่ยวกับกฎระเบียบ ข้อบังคับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องตามกฎหมาย และกิจกรรม การเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสถานีวิจัยชุมชน ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลที่ถูกต้องอันจะส่งผลในการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพต่อไป

1.3 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ร่วมกับหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างภาคีเครือข่ายวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยผู้วิจัยได้จัดหาทุนจากแผนงานสร้างกลไกเฝ้าระวังและพัฒนาระบบยา (กพย.) คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 200,000 (สองแสนบาทถ้วน) ในการจัดประชุมโครงการสร้างเครือข่ายวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาอาหารและยา ในเขตตรวจราชการที่ 1 ประจำปีงบประมาณ 2552 ในวันที่ 17 ส.ค. 2552 ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี (เอกสารกำหนดการอบรม ในภาคผนวก) ทั้งนี้ได้ให้ความรู้ด้านโฆษณาอาหาร โฆษณา ยา แก่ผู้เข้ารับการประชุมด้วย

2. ข้อเสนอแนะเชิงการวิจัย

2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในเขตตรวจราชการที่ 1 ซึ่งเป็นพื้นที่ในเขตปริมณฑลและเขตพื้นที่ใกล้กรุงเทพมหานคร ดังนั้นการนำข้อมูลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นๆ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มตัวอย่าง สภาพพื้นที่ และพฤติกรรมการบริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งอาจจะส่งผลให้ข้อมูลแตกต่างกันได้

2.2 ควรจัดการประชุมเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องด้านการโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- เกษม วัฒนชัย (2544) “นโยบายการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ” Thailand Education 2,11 (พฤษภาคม) : 39-40
- กรรณา เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2535) “ความรู้และทัศนคติของผู้ประกอบการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ ของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และหลักเกณฑ์ว่าด้วยการ โฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ธงชัย แพทย์พิทยา (2541) “ความรู้และการปฏิบัติของผู้ประกอบการตามมาตรฐานทางกฎหมายในการประกอบกิจการสถานที่จำหน่ายอาหาร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(สาธารณสุข) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- น้ำทิพย์ วิภาวิน (2547) การจัดการความรู้กับคลังความรู้ กรุงเทพมหานคร เอส อาร์ พรินต์ติ้ง แมสโปรดักส์
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) ทัศนคติการวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช หน้า 7,20-21
- พรธิดา วิเชียรปัญญา (2547) การจัดการความรู้ : พื้นฐานและการประยุกต์ใช้ กรุงเทพมหานคร เอ็กชเปอร์เน็ท
- พิพัฒน์ ทองผดุงโรจน์ (2537) “ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ของสาธารณสุขอำเภอ ตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร ยา และสารระเหย” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุข) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- มานaix เวชพันธ์ (2532) “การมีส่วนร่วมทางการเมืองของ ข้าราชการประจำ : ศึกษาเปรียบเทียบ ข้าราชการพลเรือน ทหารและตำรวจ” เอกสารวิจัยส่วนบุคคล
- วัฒนพงศ์ ลือชูพงศ์ (2548) “ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติของผู้นำกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนกับความเข้มแข็งของศูนย์เรียนรู้ชุมชนต้นแบบด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน” วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- วณิชชา ชัยวงศ์ (2545) “การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและความต้องการวิทยุชุมชนของประชาชนในจังหวัดสตูล” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาชนบทศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล
- ศุภกัญญา นาถนิตธาตา (2539) “การเปิดรับข่าวสารความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สวนดุสิตโพล (2551) รายงานสรุปผลการวิจัยการประเมินสื่อและกิจกรรมรณรงค์โครงการอย่าหลงเชื่อง่าย ปีงบประมาณ 2551
- สวนดุสิตโพล (2551) รายงานผลการสำรวจ ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตนของวิสาหกิจผลิตภัณฑ์อาหารชุมชน ปี 2551

อักษร สวัสดิ์ (2542) “ความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย : กรณีศึกษาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร” ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ภาคผนวก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ผศ.ภญ.ดร. เยาวลักษณ์ อ่ำรำไพ

สังกัด/ สถานที่ทำงาน ภาควิชาเภสัชกรรมชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทรศัพท์ 034-255800 โทรสาร 034-255801 โทรศัพท์มือถือ 089-120-7147
e-mail: yaowalak@email.pharm.su.ac.th

ประวัติการศึกษา

ปีที่จบการศึกษา	ระดับปริญญา	อักษรย่อปริญญา	สาขาวิชา	วิชาเอก	ชื่อสถาบันการศึกษา
2550	เอก	Ph.D	เภสัชศาสตร์สังคมและบริหาร (นานาชาติ)	-	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2538	โท	วท.ม.	วิทยาการระบาด	-	มหาวิทยาลัยมหิดล
2533	ตรี	ศ.บ.	ศิลปศาสตร์ (สารสนเทศทั่วไป)	-	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
2529	ตรี	ภ.บ.	เภสัชศาสตร์	-	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลงานวิชาการ / วิจัย

Position	Title	Date
Co-Investigator	Post-marketing Drug Surveillance System in the Indo-China Peninsula Countries	2005-present
Principal Investigator	Analysis of New Drug Safety Monitoring Programme (SMP) in Thailand (Ph.D. Dissertation)	2005
Co-Investigator	มูลค่าการบริโภคยาของประเทศไทย พ.ศ. 2543-44	2004
Data Analyst	Thai FDA Adverse Product Reaction Monitoring Data Management and Drug Dictionary Project. Under Contract with Division of Technical and Policy Administration, FDA, Ministry of Public Health, Thailand.	2004
Co-Investigator	A Participatory Evaluation of the Implementation of WHO's Ethical Criteria for Medical Drug Promotion in Thailand Phase II	2003
Co-Investigator	ระบบยากับสุขภาพหญิงไทย: กรณีศึกษาอายุครรภ์กำเนิด	2003
Co-Investigator	A Participatory Evaluation of the Implementation of WHO's Ethical Criteria for Medical Drug Promotion in Thailand Phase I	1997
Co-Investigator	การบริการเภสัชกรรมชุมชนในเขตภูมิภาคตะวันตก (Pharmaceutical Service in the Western of Thailand)	1997
Co-Investigator	สถานการณ์การใช้ยาของประชาชน: ข้อมูลเบื้องต้นในเขตภูมิภาคตะวันตก	1997

บทความวิจัยที่เผยแพร่ในวารสารวิชาการนานาชาติ (refereed journals)

Amrumpai Y, Kiatying- Angsulee K, Chamroonsawasdi K *Identifying Safety Indicators of New Drug Safety Monitoring Programme (SMP) in Thailand*. Drug Information Journal 41: 769-777 (Impact Factor 0.262 (2006)

บทความวิจัยที่เผยแพร่ในวารสารวิชาการในประเทศ

ระพีพรรณ ฉลองสุข ณีฎฐิญา คำผล เยาวลักษณ์ อ่ำรำไพ กุลชนา ศรวณีย์ และ ไกรสร ชัยโรจน์กาญจนา. การบริการเภสัชกรรมชุมชนในภาคตะวันตก (Pharmaceutical Service in the West of Thailand).วารสารวิชาการสาธารณสุข ปีที่ 11 ฉ.2 2545. หน้า 153-166.

ณีฎฐิญา คำผล ระพีพรรณ ฉลองสุข เยาวลักษณ์ อ่ำรำไพ กุลชนา ศรวณีย์ และ ดนิตา ภาณุจรัส. สถานการณ์การใช้ยาของประชาชน: ข้อมูลเบื้องต้นในเขตภูมิภาคตะวันตก วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ 21 ฉ.พิเศษ คณะเภสัชศาสตร์ 2544. หน้า 74-93.

บทคัดย่อ (abstracts) ที่เผยแพร่ในงานประชุมวิชาการนานาชาติและในประเทศ

Amrumpai Y, Kiatying- Angsulee K, Chamroonsawasdi K. *Safety Monitoring Programme for New Drugs in Thailand: Indicators Identification and Situation Evaluation*. Podium Presentation: 14th ISPW, July 14th, 2006, Oxford, UK.

Kiatying-Angsulee N*, **Amrumpai Y**, Chanthapasa K, Chowwanapoonpohn HKiatying-Angsulee N*, Post marketing drug surveillance system in the Indo-China Peninsula countries. Poster Presentation: 14th ISPW, July 14th, 2006, Oxford, UK

Amrumpai Y, Kiatying- Angsulee K, Chamroonsawasdi K *Identifying Safety Indicators of New Drug Safety Monitoring Programme (SMP) in Thailand*. Podium Presentation. Health Science and Technology Research Day. Jan. 26, 2006. Faculty of Pharmacy, Srinakharinwirot University-Ongkharak, Nakhonnayok, Thailand.

Kiatying- Angsulee K, **Amrumpai Y**, Chantapasa K. *Situation of Medical Promotion Practices on Medical Symposia in Thailand*. Podium Presentation.: International Conference on Improving the Use of Medicines; State of the Art and Future Directions. (ICIUM): March 30 – April 2, 2005. Cheraton Hotel, Chiangmai, Thailand.

Amrumpai Y, Kiatying- Angsulee K, Chamroonsawasdi K. *Analysis of New Drug Safety Monitoring Programme (SMP) in Thailand: Preliminary Results. Poster Presentation.* FAPA 2004: Emerging Science and Profession in Pharmacy. November 30th -December 3rd, 2004. Cental Plaza Bangkok Convention Center, Bangkok, Thailand.

2. นายยุทธนา เทียมพงศ์

คุณวุฒิ

- ปริญญาตรีทางการศึกษา วิทยาการคอมพิวเตอร์ รัฐศาสตร์ แลนิติศาสตร์
- ประกาศนียบัตร เนติบัณฑิตไทย รุ่น 37
- ประกาศนียบัตรบัณฑิตทางกฎหมายมหาชน
- ปริญญาโททางรัฐศาสตร์

ประสบการณ์ (กรมประชาสัมพันธ์)

- ผู้อำนวยการกองกฎหมายและระเบียบ
- ผู้อำนวยการศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์
- กรรมการและเลขานุการคณะพิจารณาออกไปอนุญาตประกอบกิจการวิทยุโทรทัศน์ (เคเบิลทีวี)

ปัจจุบัน ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

3. นายจาตุรนต์ วุฒวรรศิริ

คุณวุฒิ ปรินญาตรีเภสัชศาสตร์

ประสบการณ์

- หัวหน้ากลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- คณะกรรมการร่วมศูนย์จัดซื้อยาพร้อมระดับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2535 – ปัจจุบัน

ผลงานวิชาการ

- Rapid Survey KAP ผลิตภัณฑ์สุขภาพ พ.ศ. 2535
- Case Study Sodium nitrite ในไส้กรอก พ.ศ. 2550 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551

ปัจจุบัน หัวหน้ากลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

8. ระยะเวลาการทำงาน / ประสบการณ์การทำงาน

ระยะเวลาการทำงานในการจัดรายการในสถานีวิทยุชุมชนคลื่นความถี่นี้.....ปี

() ระยะเวลาการทำงานในการจัดรายการในสถานีวิทยุชุมชนคลื่นความถี่อื่น.....ปี

9. ที่สถานีวิทยุชุมชนของท่านมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายรับโฆษณาหรือฝ่ายหารายได้โดยเฉพาะหรือไม่

() มี

() ไม่มี

10. ขั้นตอนการรับโฆษณาอาหารหรือโฆษณายาทางวิทยุชุมชนของท่าน

() มี ตัวแทน (Agency) มาติดต่อให้ โฆษณา

() มีบริษัทผู้ผลิตยาหรือบริษัทผู้ผลิตอาหาร มาติดต่อให้ โฆษณา

() มี นายหน้า(Sale)มาติดต่อให้ โฆษณา

() มีบริษัทผู้รับจ้างผลิตโฆษณายาหรือโฆษณาอาหาร มาติดต่อให้ โฆษณา

() สถานีวิทยุชุมชนออกหาโฆษณาเอง

() อื่นๆ.....

11. ท่านทราบหรือไม่ว่าในการโฆษณายาหรือโฆษณาอาหารทางสถานีวิทยุชุมชน ผู้ว่าจ้างโฆษณาจ่ายค่าตอบแทนให้สถานีหรือไม่

() ทราบ ค่าตอบแทนเฉลี่ยต่อการโฆษณายาหรืออาหาร/ผลิตภัณฑ์/เดือน.....บาท

() ไม่ทราบ

12. ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา สถานีวิทยุชุมชนของท่านเคยโฆษณายาหรือโฆษณาอาหารหรือไม่

() เคย

- มีโฆษณายาจำนวน.....เรื่อง ได้แก่

1.ยา.....ช่วงวัน..... เวลา.....น.

2.ยา.....ช่วงวัน..... เวลา.....น.

3.ยา.....ช่วงวัน..... เวลา.....น.

- มีโฆษณาอาหารจำนวน.....เรื่อง ได้แก่

1.อาหาร.....ช่วงวัน..... เวลา.....น.

2.อาหาร.....ช่วงวัน..... เวลา.....น.

3.อาหาร.....ช่วงวัน..... เวลา.....น.

() ไม่เคย

13. ท่านเคยโฆษณายาหรือโฆษณาอาหาร ทางสถานีวิทยุชุมชน

() เคย โดยวิธี () อ่านตามแผ่นพับของผู้ว่าจ้าง () อ่านตามข้อความที่เจ้าของสถานีให้อ่าน

() เปิดเทปที่ได้จากผู้ว่าจ้าง () เปิดแผ่น CD

() อื่นๆ.....

() ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 16)

14. ในการโฆษณาทางสถานีวิทยุชุมชน ท่านได้รับข้อมูลรายละเอียดของยานั้นจากที่ใด
- () บริษัทผู้ผลิตยา () บริษัทผู้รับจ้างผลิตโฆษณา () ตัวแทน (Agency)
- () นายหน้า (sale) () อื่นๆ
15. ในการโฆษณาอาหาร ทางสถานีวิทยุชุมชน ท่านได้รับข้อมูลรายละเอียดของอาหารนั้นจากที่ใด
- () บริษัทผู้ผลิตอาหาร () บริษัทผู้รับจ้างผลิตโฆษณาอาหาร () ตัวแทน (Agency)
- () นายหน้า (sale) () อื่นๆ
16. ท่านเคยตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์ยาหรืออาหารที่ส่งมาให้ท่านโฆษณาทางวิทยุชุมชนว่าได้รับอนุญาตให้โฆษณาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด หรือไม่
- () เคย เพราะ.....
- () ไม่เคย เพราะ.....
17. ท่านเคยติดต่อสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดของท่าน หรือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในเรื่องการโฆษณาอาหารหรือโฆษณาทางวิทยุชุมชนหรือไม่
- () เคย เรื่อง.....
- () ไม่เคย

ส่วนที่ 2 ประเด็นความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม (กรุณาตอบทุกข้อ)

แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 2.1 ความรู้ด้านโฆษณา 2.2 ความรู้ด้านโฆษณาอาหาร และ 2.3 ความรู้ด้านโฆษณาอาหารและยาโดยรวม

ส่วนที่ 2.1 ความรู้ด้านโฆษณา

จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว โดยทำเครื่องหมาย x ทับหัวข้อ ก ข ค หรือ ง

- การโฆษณาทุกชนิดทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต จะต้องทำอย่างไร
 - ขออนุญาตโฆษณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว จึงจะโฆษณาได้
 - โฆษณาให้ตรงตามที่ได้รับอนุญาต
 - การโฆษณาให้ทั่วประเทศต้องยื่นขออนุญาตที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หากจะโฆษณาเฉพาะในเขตจังหวัดใดต้องยื่นขอที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตนั้นๆ ได้
 - ถูกทุกข้อ
- หากได้รับอนุญาตโฆษณาแล้ว จะแก้ไข/เพิ่มเติมข้อความบางประการ ได้หรือไม่ อย่างไร
 - ทำได้เลย โดยสามารถแก้ไขเพิ่มเติมข้อความเองได้
 - ต้องขออนุญาตใหม่เฉพาะที่แก้ไขเพิ่มเติม
 - ขออนุญาตใหม่ทั้งหมด
 - ถูกทุกข้อ
- การโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาตให้โฆษณาหรือการโฆษณาที่ไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตมีโทษตามพระราชบัญญัติยา สถานใด
 - ปรับไม่เกิน 1,000 บาท
 - ปรับตั้งแต่ 1,000 บาท แต่ไม่เกิน 10,000 บาท
 - ปรับตั้งแต่ 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 20,000 บาท
 - ปรับตั้งแต่ 20,000 บาท แต่ไม่เกิน 100,000 บาท

4. ถ้ายา "A" ได้รับอนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับเป็นยาแผนโบราณ มีสรรพคุณบำรุงร่างกาย จะต้องใช้ข้อความโฆษณาในข้อใด จึงจะถูกต้องตามพระราชบัญญัติยาฯ
- “ ยา A เป็นยาแผนโบราณ ช่วยเสริมสร้างกำลัง เพิ่มพลังทางเพศ สำหรับท่านชาย “
 - “ ยา A เป็นยาแผนโบราณ มีสรรพคุณ บำรุงร่างกาย “
 - “ ยา A เป็นยาวิเศษ เป็นยาแผนโบราณ เพิ่มพลังหยินหยาง บำรุงไต บำรุงตับ “
 - “ ยา A เป็นยาแผนโบราณ เป็นยาอายุวัฒนะ บำรุงหัวใจ บำรุงสมอง บำรุงกำลัง “

ส่วนที่ 2.2 ความรู้ด้านโฆษณาอาหาร แบ่งเป็น 2 หมวด

หมวด ก จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงข้อเดียว โดย ใส่เครื่องหมาย x ทับหัวข้อ ก ข ค หรือ ง

- หากต้องการโฆษณาอาหารทางวิทยุชุมชน โดยมีข้อความ “ปลาทูน่าต้มยำกระป๋อง ตราอำพันผลิตโดย บริษัททิพย์อินเตอร์ จำกัด จ.สมุทรสาคร ขณะนี้มีจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าทั่วไปแล้ว” เพื่อให้ถูกต้องตาม พรบ.อาหาร จะต้องดำเนินการอย่างไร
 - ต้องได้รับอนุญาตให้โฆษณาก่อน
 - ไม่ต้องขออนุญาตโฆษณา
 - ยื่นขออนุญาตโฆษณา
 - ถูกทั้งข้อ ข และข้อ ค
- หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายในการดูแลเกี่ยวกับโฆษณาอาหาร คือข้อใด
 - สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
 - สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 - กรมประชาสัมพันธ์
 - ข้อ ก , ข้อ ข และข้อ ค
- ใบอนุญาตโฆษณาอาหารมีอายุนานเท่าใด
 - 2 ปี
 - 3 ปี
 - 5 ปี
 - ใช้ได้ตลอดชีพ
- การโฆษณาอาหารโดยไม่ได้รับอนุญาตโฆษณา มีอัตราโทษปรับตาม พรบ.อาหาร พ.ศ.2522 อย่างไร
 - ไม่เกิน 5,000 บาท
 - ข.เกิน 10,000 บาท แต่ไม่เกินหนึ่งแสนบาท
 - เกิน 5,000 บาท แต่ไม่เกิน 10,000 บาท
 - ปรับเป็นรายวัน วันละไม่น้อยกว่าห้าร้อยบาทแต่ไม่เกิน หนึ่งพันบาท จนกว่าจะหยุดโฆษณา
- ผู้ได้รับอนุญาตโฆษณาอาหารแล้ว สามารถดำเนินการในข้อใดได้
 - สามารถตัดหรือเพิ่มข้อความที่ได้รับอนุญาตได้บ้างหากความหมายเหมือนเดิม
 - สามารถโฆษณา นอกเหนือจากที่ขออนุญาตได้
 - โฆษณาอาหารตามที่ได้อนุญาตเท่านั้น
 - ถูกทั้ง ข้อ ก และข้อ ข

หมวด ข จงทำเครื่องหมาย X ในหน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าผิด และเครื่องหมาย ✓ ในหน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าถูก

- _____ 1. การโฆษณาสรรพคุณ คุณประโยชน์ ผลดีภักดิ์เสริมอาหาร ในสื่อเอกสารแผ่นพับ ในสื่อวิทยุและไปปลิว ที่ผู้แทนจำหน่ายจัดทำขึ้น ไม่ต้องขออนุญาตโฆษณา
- _____ 2. การตรวจสอบว่าโฆษณาขึ้นใด ได้รับอนุญาตหรือไม่นั้น ให้สังเกตจากอักษร “ขอ” และตัวเลขต่อท้าย ในสื่อโฆษณาอาหาร
- _____ 3. บริษัท ก ได้รับอนุญาตโฆษณาอาหารมีข้อความว่า “น้ำส้ม จากน้ำผลไม้แท้ 100% อร่อยสดชื่นถึงรส เดโวน้ำผลไม้แท้ 100%” แต่บริษัท ก ได้โฆษณาทางวิทยุชุมชนข้อความว่า “น้ำส้มสดจากน้ำผลไม้แท้ 100% อร่อยถึงรส สดชื่นทุกวัน เดโวน้ำผลไม้แท้ 100%” ถือว่าเป็นข้อความโฆษณาที่ไม่ได้รับอนุญาต
- _____ 4. การโฆษณาสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพ ของอาหาร ในกรณีที่โฆษณาเข้าข่ายโอ้อวด เป็นเท็จเกินจริง หรือหลอกลวงให้หลงเชื่อ มีโทษจำคุก ตาม พรบ.อาหาร
- _____ 5. กรณีทางราชการระงับโฆษณาทางวิทยุชุมชน หากผู้โฆษณายื่นอุทธรณ์ ได้แย้งคำสั่งแล้ว สามารถโฆษณาต่อไปได้ โดยไม่ต้องรอฟังคำสั่งอุทธรณ์

ส่วนที่ 2.3 ความรู้ด้านโฆษณาอาหารและยาโดยรวม

คำชี้แจง คำถามส่วนนี้มี 20 ข้อ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ประเด็นคำถามความรู้	ถูกต้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่ถูกต้อง
1. การโฆษณาอาหารและยาต้องได้รับอนุญาตจาก อย. หรือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด			
2. การโฆษณาอาหาร เช่น “โฆษณาน้ำผลไม้ แต่โฆษณาวาตี้มแล้วสามารถรักษาโรคเบาหวาน ความดัน หรือมะเร็ง” สมควรที่จะให้ประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสารนั้น			
3. โฆษณาอาหารและโฆษณายาไม่จำเป็นต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมาย			
4. การโฆษณาทางวิทยุชุมชนเป็นช่องทางที่ทำให้ประชาชนผู้ฟัง ได้รับข้อมูลข่าวสารได้ง่าย			
5. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนทุกท่าน เป็นผู้ที่ควรได้รับทราบข้อมูลข่าวสารทางด้าน การโฆษณาอาหารและโฆษณายาที่ได้รับอนุญาต จาก อย. หรือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด			
6. เจ้าของสถานีวิทยุชุมชน เป็นผู้ที่ควรได้รับทราบข้อมูลข่าวสารทางด้าน การโฆษณาอาหารและยาที่ได้รับอนุญาต จาก อย. หรือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด			
7. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชนทุกท่าน ควรได้รับการอบรมความรู้ด้านกฎหมายอาหารและยา จาก สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ในเรื่อง การโฆษณาอาหารและโฆษณายา			

ประเด็นคำถามความรู้	ถูกต้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่ถูกต้อง
8. เจ้าของสถานีวิทยุชุมชน ควรได้รับการอบรมความรู้ด้านกฎหมายอาหารและยา จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเรื่อง กครโฆษณาอาหารและโฆษณายา			
9. ใบอนุญาตโฆษณาอาหารหรือโฆษณายาทางวิทยุมีส่วนสำคัญให้ท่านตัดสินใจรับโฆษณานั้นๆ จากผู้ว่าจ้าง			
10. ท่านคิดว่าไม่จำเป็นต้องตรวจสอบใบอนุญาตโฆษณาอาหารหรือโฆษณายาก่อนที่จะโฆษณาเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบ			
11. สื่อโฆษณาหรืออาหารที่ยังไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าหน้าที่อย.หรือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สามารถโฆษณาทางวิทยุชุมชนได้			
12. คำตอบแทนจากผู้ว่าจ้างให้โฆษณาทางวิทยุชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ ที่จำเป็นสำหรับสถานีในการตัดสินใจรับโฆษณานั้นๆ			
13. ถ้าท่านพบว่าผู้ว่าจ้างให้โฆษณาอาหารและยา นำเอกสารโฆษณาที่ท่านไม่ทราบว่าได้รับอนุญาตถูกต้องหรือไม่ มาให้โฆษณา ท่านจะดำเนินการโฆษณาไปตามนั้น			
14. ความผิดในการโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา โดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นความผิดของผู้ว่าจ้าง			
15. ความผิดในการโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา โดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นความผิดของเจ้าของสถานี			
16. ความผิดในการโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา โดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นความผิดของผู้ออกอากาศทางสถานีวิทยุชุมชน			
17. สาเหตุของการกระทำความผิดจากการโฆษณาอาหารหรือโฆษณายาเนื่องจากความไม่รู้กฎหมาย			
18. การตรวจสอบโฆษณาอาหารหรือโฆษณายาที่ได้รับอนุญาตจาก อย. หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สามารถเข้าถึงได้ง่าย			
19. ท่านคิดว่าเจ้าของสถานีวิทยุชุมชนควรมีมาตรการหรือขั้นตอนในการปฏิบัติงานตรวจสอบการโฆษณาอาหารและยาก่อนที่จะรับงานโฆษณานั้นมาเผยแพร่			
20. หน่วยงานที่สามารถให้ข้อมูลหรือคำแนะนำด้านโฆษณาอาหารหรือโฆษณายา คือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด หรือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา			

ส่วนที่ 3 ความต้องการในการเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการโฆษณาหรืออาหาร (ให้เติมข้อความตามที่ท่านประสงค์)

1. ท่านต้องการเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับความรู้ด้านการโฆษณาหรือโฆษณาอาหารหรือไม่ อย่างไร

() ต้องการ หัวข้อที่ต้องการให้จัดอบรม คือ

.....
รูปแบบการอบรมเป็นแบบใด

() ไม่ต้องการ เพราะ.....

2. หากมีงบประมาณสนับสนุนให้ท่านเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับความรู้ด้านการโฆษณาหรือโฆษณาอาหาร ท่านคิดว่า ท่านจะเข้ารับการอบรมหรือไม่

() เข้าอบรม

() ไม่เข้าอบรม

3. ในการอบรมท่านคิดว่าสถานีวิทยุชุมชน 1 คลื่นความถี่ ควรส่งผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน.....ท่าน และตำแหน่งใดควรเข้าอบรม.....

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือ

หมายเหตุ : ผู้วิจัยได้ตัดคำถามส่วนที่ 2.1 ข้อ 3 ส่วนที่ 2.2 หมวด ข ข้อ 4 ส่วนที่ 3 ข้อ 1 และ 3 ออก เนื่องจากอาจทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจคลาดเคลื่อน

แนวคำถามในการทำ Focus Group

1. คำตอบแทนจากผู้ว่าจ้างที่ให้โฆษณาทางวิทยุชุมชน
2. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับคำตอบแทน
3. ช่วงเวลาที่เปิดหรือทำการโฆษณาอาหารหรือโฆษณา ยา ในสถานีวิทยุชุมชน
4. เนื้อหาและประเภทของสื่อที่ใช้ในการโฆษณาทางสถานีวิทยุชุมชน

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นางสาวเพลิน จำแนกพล

ตำแหน่ง เกษัตริกรชำนาญการ ผู้อำนวยการ คบ.เขต 1

กองส่งเสริมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ประวัติส่วนตัว

เกิดวันที่ 27 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2510

ประวัติการศึกษา

คุณวุฒิและวิชาเอก	ปีที่สำเร็จการศึกษา	สถาบัน
เภสัชศาสตรบัณฑิต	2533	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต	2542	มหาวิทยาลัยมหิดล
นิติศาสตรบัณฑิต	2549	มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

หัวหน้าฝ่ายเภสัชกรรมชุมชนโรงพยาบาลสังคม จังหวัดหนองคาย

หัวหน้าฝ่ายเภสัชกรรมชุมชนโรงพยาบาลโพธิสัย จังหวัดหนองคาย

หัวหน้าฝ่ายเภสัชกรรมชุมชนโรงพยาบาลบ้านหม้อ จังหวัดสระบุรี

หัวหน้ากลุ่มงานเทคนิคบริการโรงพยาบาลคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

เภสัชกรชำนาญการ กลุ่มควบคุมกำกับดูแลการโฆษณา ยา กอควบคุมยา อย.

ผลงานดีเด่นด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค

1. ปีงบประมาณ 2546 ได้รับรางวัลหนึ่งอำเภอหนึ่ง คปสอ. ดีเด่น เรื่อง การพัฒนาความปลอดภัยด้านอาหาร

2. ปีงบประมาณ 2546 โรงเรียนธรรมศาสตร์คลองหลวงได้รับรางวัลที่ 3 ในการประกวด อย.น้อย ของเขตพื้นที่การศึกษาที่ 1 จังหวัดปทุมธานี

ปีงบประมาณ 2547 - 2548 โรงเรียนธรรมศาสตร์คลองหลวงได้รับรางวัลชนะเลิศ และโรงเรียนมัธยมวัดหัตถสารเกษตร ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ในการประกวด อย.น้อย ของเขตพื้นที่การศึกษาที่ 1 จังหวัดปทุมธานี

ปีงบประมาณ 2549 โรงเรียนธรรมศาสตร์คลองหลวงได้รับรางวัลชนะเลิศ การประกวด อย.น้อย ระดับประเทศ ของเขต 4 และ เขต 5

ปีงบประมาณ 2550 โรงเรียนธรรมศาสตร์คลองหลวงได้รับรางวัลรองชนะเลิศ การประกวด อย.น้อย ระดับประเทศ

3. ปีงบประมาณ 2547 มีการจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการน้ำดื่ม อำเภอคลองหลวง และดำเนินการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในการดำเนินการตามมาตรฐาน GMP จนถึง พ.ศ. 2550
4. สร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอคลองหลวง โดยจัดให้มีการบูรณาการกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการผลิตอาหาร ชมรมน้ำดื่มอำเภอคลองหลวง ชุมนุ่มอย .น้อย ตลาดไท วัด และร้านค้าชำ
5. เรื่องร้องเรียนตั้งแต่ ตค.46 – ก.ย.49 ทั้งสิ้น 29 เรื่อง ดำเนินการตรวจสอบได้ร้อยละ 85.29
6. จัดทำโครงการพัฒนาร้านค้าชำและคัดเลือกร้านค้าชำตัวอย่างในทุกหมู่บ้านของอำเภอคลองหลวง
7. ผู้ช่วยวิจัย คณะกรรมการประสานงานระดับพื้นที่ในการวิจัยโครงการ 30บาท รักษาทุกโรค : การวิเคราะห์ประสิทธิภาพและการเข้าถึงบริการของประชาชนระดับล่าง หน่วยปฏิบัติการวิจัยเภสัชศาสตร์สังคมคณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
8. จัดทำโครงการการจัดการความรู้เรื่องการใช้ยาในผู้ป่วยติดเชื้อHIV จังหวัดปทุมธานี เป็นส่วนหนึ่งของโครงการการจัดการความรู้เพื่อลดปัจจัยเสี่ยงในการใช้ยาที่ไม่เหมาะสม ในชุมชนภาคกลาง คณะทำงานเครือข่ายเภสัชสาธารณสุขภาคกลาง โดยการสนับสนุนของ สสส.

กำหนดการประชุม

โครงการสร้างเครือข่ายวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาอาหารและยา
ในเขตตรวจราชการที่ 1 ประจำปี 2552
โรงแรมริชมอนด์ นนทบุรี

วันจันทร์ที่ 17 สิงหาคม 2552

- 8.00 น. – 9.00 น. ลงทะเบียน
- 9.00 น. – 9.15 น. พิธีเปิดการอบรม
โดย นพ.พงศ์พันธ์ วงศ์มณี รองเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา
- 9.15 น. – 9.45 น. สรุปผลการวิจัยเรื่องการศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนต่อการใช้โฆษณาอาหารหรือโฆษณายา ในเขตตรวจราชการที่ 1 ปีงบประมาณ 2552
โดย ภญ.เพลิน จำแนกพล
- 9.45 น. – 10.00 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- 10.00 น. – 12.00 น. อภิปรายเรื่องวิทยุชุมชนและกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานโฆษณาในสถานีวิทยุ
โดย นายยุทธนา เทียมพงศ์ ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนนทบุรี
ภญ.พนิดนาฏ คำนัย หัวหน้ากลุ่มควบคุมกำกับดูแลการโฆษณายา
ภญ.ดวงกมล นุตราชวงศ์ หัวหน้ากลุ่มงานคปส.สสจ.สระบุรี
นางสาวกมลชนก กุลละสี สถานีวิทยุชุมชนนนทบุรี
ดำเนินการโดย ภก.ภาณุโชติ ทองยัง
- 12.00 น. – 13.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. – 16.00 น. แบ่งกลุ่ม 4 กลุ่ม เพื่อระดมสมองเรื่อง
1. ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขในการดำเนินรายการวิทยุชุมชนด้านโฆษณาอาหารและยา
 2. สิ่งที่ต้องการให้ภาครัฐ(เช่น อย.หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด) สนับสนุน
 3. แนวทางการเฝ้าระวังการโฆษณาอาหารและยา ทางวิทยุชุมชน
 4. แนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชนด้านการโฆษณาอาหารและยา
- โดย วิทยากรประจำกลุ่ม คือ ภญ.ดวงกมล นุตราชวงศ์ ภญ.เพลิน จำแนกพล
ภญ.จุไรรัตน์ คงล้อมญาติ ผศ.ภญ.ดร.กรแก้ว จันทภาษา
- 16.00 น. – 16.30 น. นำเสนอผลการระดมสมอง

หมายเหตุ เวลา 14.15 น. – 14.30 น. พักรับประทานอาหารว่าง

ข้อเสนอแนวความคิด/วิธีการเพื่อพัฒนางานหรือปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ชื่อ - สกุลนางสาวเพลิน จำแนกพล.....

ตำแหน่งที่ขอเข้ารับการประเมิน.....เภสัชกรชำนาญการพิเศษ..... ตำแหน่งเลขที่.....401.....

สังกัด...กลุ่มส่งเสริมและประสานงาน คบส. พื้นที่ กองส่งเสริมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น.....

ชื่อเรื่อง บูรณาการแก้ปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสถานีวิทยุชุมชนอย่างเป็นระบบ

หลักการและเหตุผล

องค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และ ผู้บริโภค ดังนั้นการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ จึงต้องมีระบบที่ควบคุมกำกับผู้ประกอบการในการดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนให้มีมาตรฐานทั้งในแง่คุณภาพและการเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐต้องมีการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริโภค รวมทั้งกระบวนการตรวจสอบและเฝ้าระวังที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริโภคต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ สามารถตรวจสอบข้อมูล กระบวนการทำงานต้องดำเนินงานไปด้วยกัน แบบองค์รวม

บทวิเคราะห์/แนวความคิด/ข้อเสนอ

การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสถานีวิทยุชุมชน จากงานวิจัย เรื่อง การศึกษาความรู้ของผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินรายการวิทยุชุมชนต่อการโฆษณา หรือโฆษณาอาหาร ในเขตตรวจราชการที่ 1 ปีงบประมาณ 2552 พบว่าแหล่งที่มาของข้อมูลหรือรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ยาหรืออาหารต่างๆ ที่มีการนำมาให้ทางสถานีวิทยุชุมชนโฆษณา นั้น พบว่าบริษัทผู้ผลิตอาหารหรือยา เป็นผู้จัดทำมาให้โฆษณา ลำดับต่อมา ได้แก่ บริษัทผู้รับจ้างผลิตโฆษณา ตัวแทน นายหน้า และอื่นๆ ตามลำดับ

ถ้าสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีการสร้างความรู้และความเข้าใจแก่ผู้ผลิตอาหารหรือยาในเรื่องการขออนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ การเผยแพร่โฆษณาที่ตนเองได้รับอนุญาตที่ถูกต้องตามกฎหมายอาหารและยา คณะกรรมการกิจกรรมโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ดำเนินการควบคุมสถานีวิทยุชุมชนให้มาขออนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 โดยผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการสาธารณะและผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ ส่วนผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารฯไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบห้า โดยมีประชาสัมพันธ์จังหวัดเป็นผู้ควบคุมกำกับดูแล

เจ้าหน้าที่ภาครัฐของ กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด พนักงานเจ้าหน้าที่ระดับอำเภอ มีระบบการตรวจสอบและเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางวิทยุชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน เครือข่ายภาคประชาชนมีการจัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางวิทยุชุมชน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาสร้างช่องทางให้ผู้บริโภคเข้าถึงการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับอนุญาตโฆษณาจาก อย. อีกทั้งสนับสนุนงบประมาณให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาคเพื่อการเฝ้าระวังที่มีประสิทธิภาพ และส่งเสริมความรู้ด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพให้แก่ผู้ดำเนินรายการทางสถานีวิทยุชุมชน สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ควรสนับสนุนงบประมาณให้แก่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในการดำเนินงานเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

ผู้บริโภคควรได้รับข้อมูลที่ถูกต้องจากสื่อโฆษณาของรัฐ สามารถเข้าถึงข้อมูลในการตรวจสอบข้อมูลด้านการโฆษณาของผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างรวดเร็ว สามารถศึกษาความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเข้าใจ เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

นอกจากนี้สิ่งที่ต้องผลักดันให้เกิดขึ้น คือ การสร้างเครือข่ายระหว่าง ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เครือข่ายภาคประชาชน และผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงระบบการแก้ปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสถานีวิทยุชุมชนอย่างบูรณาการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยการโฆษณาทางสถานีวิทยุชุมชนมีประสิทธิภาพ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลข่าวสารทางสื่อโฆษณาทางวิทยุชุมชน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. ผู้ประกอบการ

1.1 ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพ ดำเนินการขออนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ถูกต้องตามกฎหมาย และมีความรู้ความเข้าใจในการนำข้อความที่ได้รับการอนุญาตให้โฆษณาทางสื่อวิทยุออกเผยแพร่

1.2 ผู้ดำเนินรายการทางสถานีวิทยุชุมชน ผู้รับจ้างผลิตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ มีองค์ความรู้ ความเข้าใจด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และดำเนินการ โฆษณาอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

2. เจ้าหน้าที่ภาครัฐ

2.1 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาดำเนินการเผยแพร่ความรู้เรื่องการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย ทางสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง เคเบิลทีวี เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย

2.2 พนักงานเจ้าหน้าที่ ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและหน่วยงานอื่นที่ได้รับมอบอำนาจ ที่ดำเนินการตรวจสอบและเฝ้าระวังการโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชนที่ไม่ถูกต้องกฎหมาย มีจำนวนลดลง

2.3 มีศูนย์เฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยเครือข่ายภาคประชาชน

3. ผู้บริโภค

3.1 ผู้บริโภคเข้าถึงช่องทางการตรวจสอบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

3.2 ผู้บริโภคเกิดความรู้และความเข้าใจในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

4. มีการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เครือข่ายภาคประชาชน และผู้บริโภค ขึ้น เพื่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

(ลงชื่อ) ผู้เสนอแนวคิด

(นางสาวเพลิน จำแนกพล)

วันที่...../...../.....