หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมกำกับการโฆษณาอาหารเสริมสุขภาพ ยา และเครื่องสำอาง ผ่านวิทยุชุมชนและเคเบิ้ลทีวี
ชื่อผู้เขียน ผลินนาถ ชื่นอารมย์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. กัลยา ตัณศิริ
สาขาวิชา นิติศาสตร์
ปีการศึกษา 2556

บทคัดย่อ

การโฆษณาเป็นการสื่อสารในรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏในสังคม รูปแบบของการโฆษณาที่ใช้ อาจไม่มีลักษณะที่แน่นอนตายตัว โดยจุดมุ่งหมายสำคัญอยู่ที่ว่าต้องทำการสื่อสารกับผู้รับสารหรือกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายได้ ลักษณะทั่วไปที่มักนิยามกันก็คือ เป็นการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจ (Persuasion) ที่ส่งผ่านสื่อมวลชนเป็นหลัก และในปัจจุบันการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อวิทยุชุมชนและเคเบิ้ลทีวีมีอยู่เป็นจำนวนมากซึ่งในบางครั้งมีการแพร่ภาพซ้ำหลายครั้ง เมื่อผู้บริโภคได้รับชมหรือรับฟังก็ทำให้เกิดการโน้มน้าวใจอยากใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำการโฆษณาดังกล่าว ซึ่งผลิตภัณฑ์บางชนิดก็ยังไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ถือว่าเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมาก จึงทำให้สื่อวิทยุชุมชน และเคเบิ้ลทีวี กลายเป็นแหล่งหลอกลวงผู้บริโภคแหล่งใหญ่ที่สุด เนื่องจากไม่มีมาตรการในการควบคุมหรือมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลการโฆษณาสินค้าเหล่านั้นผ่านทางวิทยุชุมชนและเคเบิ้ลทีวีจึงยังคงเป็นปัญหาอยู่ในปัจจุบันที่จะต้องได้รับการแก้ไขโดยเร็วที่สุดเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคหลงเชื่อการโฆษณาและตกเป็นเหยื่ออีกเป็นต้น

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำการศึกษาถึงมาตรการในการควบคุมกำกับการโฆษณาอาหารเสริมสุขภาพ ยา และเครื่องสำอางผ่านวิทยุชุมชน และเคเบิ้ลทีวีของประเทศไทย และทำการศึกษาถึงมาตรการในการควบคุมกำกับการโฆษณาอาหารเสริมสุขภาพ ยา และเครื่องสำอางผ่านวิทยุชุมชน และเคเบิ้ลทีวีของต่างประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อนำมาเปรียบเทียบถึงมาตราการต่าง ๆ ที่ใช้ในการควบคุมกำกับการโฆษณาอาหารเสริมสุขภาพ ยา และเครื่องสำอางผ่านวิทยุชุมชน และเคเบิ้ลทีวี ซึ่งมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมกำกับการโฆษณาของประเทศไทย ได้แก่ ศึกษาพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจาย

เสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ซึ่งเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาของผู้ผลิตในสื่อต่าง ๆ ทั่วไป มิได้มีมาตรการในการควบคุมกำกับการโฆษณาผ่านวิทยุชุมชน และเคเบิ้ลทีวีไว้แต่ประการใด ดังนั้น เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการควบคุม กำกับดูแล จึงมีความจำเป็นในการเพิ่มเติมเนื้อหา กำหนดมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมกำกับการโฆษณาผ่านวิทยุชุมชน และเคเบิ้ลทีวีให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ดูแลสังคมได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้นไป

จากการศึกษาถึงปัญหาดังกล่าว ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (1) ควรเพิ่มเติมนิยาม “ความหมายของวิทยุชุมชนและเคเบิ้ลทีวี” เข้าไปในกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับการบังคับใช้ และเพื่อความเข้าใจของผู้บริโภคโดยทั่วกัน จากนั้นควรเร่งดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับความหมายของวิทยุชุมชน และเคเบิ้ลทีวี (2) ควรให้มีการบัญญัติเพิ่มเติมในเรื่อง การประกาศและบังคับใช้หลักเกณฑ์การประกอบกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณายา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้มงวดโดยกำหนดระยะเวลาในการโฆษณา กำหนดกลไกการกำกับดูแลและบทลงโทษแก่ผู้ประกอบการอย่างชัดเจน ให้เพิ่มเติมหลักเกณฑ์และเงื่อนไขประกอบการขอรับใบอนุญาตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาอาหารและยา (3) ควรให้มีบทบัญญัติเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องการควบคุมกำกับการโฆษณา โดยตรวจสอบว่าสินค้าแต่ละประเภทที่ได้ยื่นคำขอใบอนุญาตประกอบการโฆษณานั้นว่าได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือไม่ก่อนมีการออกใบอนุญาตให้โฆษณาได้ (4) ควรมีบทบัญญัติเพิ่มเติมลงในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องเงื่อนไขในการโฆษณาสินค้า ควรเป็นคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ดังนั้น การโฆษณาต่าง ๆ จึงต้องมีการใช้ถ้อยคำ หรือข้อความที่ไม่มีลักษณะเกินความเป็นจริงหรือเป็นเท็จ เข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ (5) ควรให้มีการปรับปรุงและบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหารเสริมสุขภาพและเครื่องสำอางอย่างเคร่งครัด ให้มีประสิทธิภาพ เพิ่มบทลงโทษ สนับสนุนมาตรการลงโทษทางสังคม การกำกับดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมายทุกขั้นตอน ตลอดจนการพิจารณาการออกคำสั่งทางปกครองในการพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาต

Thesis Title	Legal Problems Relating to Monitoring Drug Advertising Supplements and Cosmetics Through Community Radio and Cable TV.
Author	Phalinnart Chuen-arom
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Kanlaya Tansiri
Department	Law
Academic Year	2013

ABSTRACT

Advertising is a form of communication commonly exists in human societies at present. With a great variety of formats, an important property of advertisements is that they must be able to communicate the strategic information to the target consumers. A commonly-defined characteristic of advertising is that it is a form of persuasive communication, which is passed to consumers mainly via mass media. At present, there are a great number of advertisements broadcasted via community radio stations and local cable TV services. It is common that an advertisement may appear on these media for several times. After consumers have watched or listened to the advertisement regularly, they would be persuaded to use the products being advertised. However, some products have not been guaranteed by an authority in charge, and that means they can be highly harmful to consumers. Community radios and cable TVs have become the biggest sources of deceptive information due to a lack of measures for controlling them or a lack of authorities to monitor and control advertisements in these media. Hence, advertisements promoted via community radios and cable TVs in Thailand cause problems that need to be solved urgently in order to prevent consumers from being lured and becoming a prey of the advertisers.

This thesis was conducted by studying measures and laws for controlling and supervising advertisements relevant to food supplements, drugs, and cosmetics broadcasted via community radios and cable TVs in Thailand. Another approach was reviewing measures for controlling and supervising advertisements on food supplements, drugs, and cosmetics via community radios and cable TVs of other countries namely the United Kingdom, the Federal Republic of Germany, and the United States of America. The purpose was to compare the studied international measures with the Thai measures. The studied legal measures of Thailand for

controlling such advertising included the Drug Act B.E. 2510 (1967), the Food Act B.E. 2522 (1979), the Cosmetics Act B.E. 2535 (1992), the Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979), Radio and Television Broadcasting Business Act B.E. 2551 (2008), and the Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2550 (2007). According to the study, it was found that these laws are merely relevant to control on general advertisements of media producers. They do not have specific measures for controlling and supervising advertisements on community radios and cable TVs at all. Therefore, for completion, efficiency, and effectiveness of the laws relevant to controlling and supervising these advertisements, it is important to add more contents with specific legal measures regarding controls on advertising via community radios and cable TVs into the laws to make them more beneficial to consumers and more appropriate in taking care of the society.

From the studied problems, the author would like to suggest solutions to solve the problems as follow. (1) There should be a definition of "Community radios and Cable TVs" being added into relevant laws for efficient enforcement and for understanding of general consumers. After that, the authorities should promote knowledge of people on the definition of community radios and cable TVs. (2) There should be additional provisions on the criteria regarding radio and television broadcasting businesses that are related to advertisements on drugs, food, and health products for strict enforcement of the laws. These can be done by specifying periods of advertising, specifying clear mechanisms for controlling and punishing entrepreneurs who break the laws, and adding more conditions to the regulations of granting a permit for operating food and drug advertising business. (3) There should be an additional provision that requires the products to be advertised to have gained a certificate or a license from the authority in charge prior to receiving a permit for being advertised. (4) There should be additional provisions in relevant laws regarding contents and descriptions in the advertisement. The descriptions should contain correct words regarding quality of the product. Distorting or exaggerating messages that lead to misunderstanding of consumers on the goods or services shall be prohibited. (5) There should be stricter enforcement of the laws for punishing illegal advertisers who break any laws relevant to drugs, food supplements, and cosmetics. Social measures for penalize the wrongdoers should also be promoted. Advertisers should be monitored and controlled to follow all procedures

as specified by the laws. The advertising permit shall be withheld or withdrawn in certain cases of legal violation.