

ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการโฆษณาขายยาและผลิตภัณฑ์
เสริมอาหารเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ และเครื่องสำอางผ่านเว็บไซต์*
Legal Problems Related to Drug and Dietary Supplement.
Cosmetics and Medical Supplies Advertisement via Website

ฉลองศักดิ์ ศิริกันรัตน์**

Chalongsak Sirikanratana

บทคัดย่อ

ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์ขายยาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเวชภัณฑ์ทางการแพทย์และเครื่องสำอางผ่านเว็บไซต์ มีการโฆษณาส่งเสริมการขายในหลายรูปแบบ ลักษณะการโฆษณามีทั้งโฆษณาโดยตรงต่อผู้บริโภค โฆษณาแฝง และโฆษณาเปรียบเทียบ ซึ่งในแต่ละรูปแบบพบการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมายที่ควบคุมกำกับผลิตภัณฑ์ ในลักษณะหลอกลวงทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์ โฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริง และการโฆษณา ยา อาหาร และเครื่องมือแพทย์โดยไม่ได้ขออนุญาต อยู่ตลอดเวลาก่อให้เกิดผลเสียหายและไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่า แม้ว่าการโฆษณาผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะอยู่ภายใต้มาตรการควบคุมกำกับตามพระราชบัญญัติ ซึ่งเป็นกฎหมายควบคุมกำกับเฉพาะผลิตภัณฑ์ในอำนาจหน้าที่ของสำนักงาน

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต. “ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการโฆษณาขายยา และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ และเครื่องสำอางผ่านเว็บไซต์.” คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2559.

The article is a part of “Legal Problems Related to Drug and Dietary Supplement. Cosmetics and Medical Supplies Advertisement via Website” a thesis for the Degree of Master of Laws, Graduate School of Law, Assumption University, 2016.

** นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

The Master of Laws, Graduate School of Laws, Assumption University.

คณะกรรมการอาหารและยา ที่มีอำนาจรัฐพิจารณาตรวจสอบก่อนให้มีการเผยแพร่ และตรวจสอบหลังจากโฆษณาเผยแพร่แล้ว ซึ่งกฎหมายเหล่านี้ได้บังคับใช้มานานแล้ว บทบัญญัติในแต่ละพระราชบัญญัติมีความแตกต่างกันทั้งการขออนุญาต การสั่งระงับการโฆษณา และบทลงโทษ นอกจากนี้ในแต่ละมาตรากำหนดไม่ชัดเจน ต้องใช้ดุลพินิจในการตีความอย่างมาก ไม่สามารถบังคับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและคุ้มครองผู้บริโภคได้ ประกอบกับการหาผลประโยชน์จากการโฆษณาของผู้ประกอบการโดยไม่คำนึงถึงคุณธรรมและจริยธรรม

ผู้เขียนจึงเห็นว่า ควรเสนอแก้ไขบทบัญญัติกฎหมายทางด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์แต่ละฉบับที่มีความแตกต่างกันในการควบคุมกำกับให้เป็นแนวทางเดียวกัน นอกจากนี้ควรให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบ มีระบบการควบคุมกันเองโดยองค์กรวิชาชีพ เช่น สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย หรือองค์กรอื่นๆ ในลักษณะเดียวกัน ร่วมกันช่วยพิจารณาก่อนการออกข้อความที่โฆษณาของสมาชิกในสมาคมหรือองค์กร ก่อนที่จะมีการนำออกเผยแพร่สู่สาธารณชน ซึ่งการมีระบบควบคุมกันเองนี้ น่าจะเป็นวิธีการเหมาะสม เพื่อมิให้มีการโฆษณาที่ผิดกฎหมายเกิดขึ้น และเป็นการยกระดับมาตรฐานของการโฆษณาให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

คำหลัก : การโฆษณา ยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง

ABSTRACT

There are some legal issues in relation to advertising of drugs and dietary supplements including medical supplies and cosmetics through websites. Multiple advertising strategies have been used namely indirect, ambient and comparative advertisements. It was found that these strategies have violated the law regulated those ad in terms of deceptive, untrue or exaggerate advertising that mislead the essences of the products. It was also found that the advertising of drugs, dietary supplements and medical supplies has not been requested for approval from the Food and Drug Administration (FDA). Damages and unfair consequences have been frequently affected to consumers.

Although advertising activities of these products are regulated by the provisions of several legislations, each law will specifically regulate the products which are under the authority and responsibility of the Food and Drug Administration who

are empowered with rights to inspect the products pre-advertising and post-advertising. However, the laws have been used for a long time where the provisions in each Act are relatively different such as application for permit, suspension of advertising and penalty. Additionally, there are some unclear contexts of each provision which require attentive interpretation. Enforcement of laws and protection to consumers could not be efficiently and effectively implemented. As a result, business entrepreneurs exploited this opportunity to advertise their products by lacking of good governance and ethical.

This research proposes the amendment to those provisions of law on advertising of the products which have different enforcement in order to be in the same direction. Moreover, the business sector shall take part and be responsible for the amendments. There shall be self-regulatory professional institutions, i.e. Advertising Association of Thailand or other institutions of the same nature to cooperate in screening the statements or contents of the advertisement of their members prior to publicizing. An exercise of the self-regulatory authority is considered a suitable approach to help minimizing illegal advertisement as well as establishing the accreditation of the advertising industry.

Keywords: Drug Advertisement, Dietary, Medical Device, Cosmetics.

บทนำ

อินเทอร์เน็ต คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ใช้ในการติดต่อสื่อสารข้อมูลที่เป็นรูปภาพ ข้อความ และเสียง โดยผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายโดยเชื่อมต่อผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น การเจริญเติบโตของตลาดออนไลน์ก็เกิดขึ้นตามไปด้วย สินค้าหลากหลายชนิด สามารถสั่งซื้อได้ทางอินเทอร์เน็ต การซื้อขายในลักษณะนี้มีข้อดี คือ ผู้ซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตามความต้องการและรวดเร็ว อย่างไรก็ตามจากการศึกษาเว็บไซต์ขายสินค้าในอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทขายยาและอาหารเสริม เวชภัณฑ์ทางการแพทย์และเครื่องสำอาง สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ตลอดทั้งสินค้าที่มีลักษณะลามกอนาจารแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่จะใช้การโฆษณาชวนเชื่อโดยอ้างสรรพคุณของสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการแอบอ้างผลงานวิจัยหรืออ้างสถิติของผู้ใช้สินค้า ซึ่งอาจจะเป็นความจริงหรือไม่เป็นความจริงเลยก็ได้